

Hochschule Offenburg  
Medien und Informationswesen

Bachelorarbeit

# **YouTube-Nutzung**

**Eine Analyse des Konsumverhaltens  
und der Einsatzmöglichkeiten**

von Arnold Möllmann



## **Persönliche Angaben**

Autor: **Arnold Möllmann**

Gutachter: Prof. Dr. Christopher Zerres

Zweitgutachter: Prof. Dr. Thomas Breyer-Mayländer

Abgabetermin: 31.07.2020

Bearbeitungszeit: 4 Monate

## Kurzfassung

Diese Bachelorarbeit analysiert das Medienkonsumverhalten der deutschen Bevölkerung und die vielfältigen Nutzungen von YouTube. Mit dieser Abhandlung sollte es möglich sein, wichtige Punkte für die Erstellung eines eigenen YouTube-Kanals zu sammeln. Dies gilt sowohl für Ersteller von Inhalten als auch für Unternehmen.

Zu Beginn wird analysiert, welche Funktionen YouTube für Content Creator, Unternehmen und Konsumenten bietet. Des Weiteren werden die verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten aufgezeigt, welche die Videoplattform anbietet.

Die für die Analyse erforderlichen Daten stammen aus verschiedenen Studien zum Verhalten des Medienkonsums. Darüber hinaus werden auf sozialen Plattformen eigene Umfragen durchgeführt, um einen spezifischen Überblick über die Nutzung von YouTube und seinen Alternativen zu erhalten.

Mit dem Ergebnis der Analyse wird ein Prozess entwickelt, der dazu beitragen soll, Fehler beim Erstellen eines YouTube-Kanals zu vermeiden und einen positiven Effekt für den Kanal zu erzielen. Dieser Prozess enthält wichtige Punkte, die beim Ausführen eines Kanals zu beachten sind.

**Schlagwörter:** YouTube, Konsumverhalten, Einsatzmöglichkeiten, Social Media,

## Abstract

This bachelor thesis analyses the media consumption behaviour of the German population and the manifold uses of YouTube. With this thesis it should be possible to collect important points for the creation of an own YouTube channel. This applies to content creators as well as to companies.

At the beginning, we will look at what functions YouTube offers for content creators, companies and consumers. In addition, the various financing options offered by the video platform are shown.

The data required for the analysis comes from various studies on media consumption behaviour. In addition, the author conduct our own surveys on social platforms to obtain a specific overview of YouTube usage and its alternatives.

The result of the analysis will be used to develop a process to help avoid mistakes when creating a YouTube channel and to achieve a positive effect for the

channel. This process contains important points to consider when running a channel.

**Keywords:** YouTube, consumer behaviour, possible applications, social media,

# Inhaltsverzeichnis

<b>Persönliche Angaben .....</b>	<b>II</b>
<b>Kurzfassung .....</b>	<b>III</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>VIII</b>
<b>Vorwort .....</b>	<b>IX</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
<b>2 Vorstellung der Plattform.....</b>	<b>3</b>
2.1 Fakten & Entwicklung .....	3
2.2 Funktionen von YouTube.....	4
2.2.1 Content Creator .....	4
2.2.1.1 Partnerprogramm und Monetarisierung.....	4
2.2.1.2 Kanalmitgliedschaft .....	5
2.2.1.3 Merchandise-Bereich.....	7
2.2.1.4 YouTube Space.....	8
2.2.1.5 Das Vorteilsprogramm .....	8
2.2.2 Unternehmen .....	10
2.2.2.1 One Channel .....	11
2.2.2.2 Werbepartner.....	12
2.2.3 Konsumenten.....	14
2.2.3.1 Abonnieren und Benachrichtigung .....	14
2.2.3.2 YouTube Premium und Spenden .....	15
2.3 Alternativen .....	17
2.3.1.1 Twitch .....	17
2.3.1.2 Mixer.....	19
<b>3 Medienkonsumverhalten .....</b>	<b>23</b>
3.1 Veränderung des Konsumverhaltens.....	23
3.1.1 Fernsehen und Internet.....	23
3.1.2 Damalige Nutzung der Medien .....	26
3.1.3 Das Smartphone verändert das Verhalten.....	28
3.1.4 Konsumverhalten von Jugendlichen .....	29
3.1.5 Veränderung der Printmedien.....	31
3.1.6 Zusammenfassung der Veränderung .....	32
3.2 Konsumverhalten im Vergleich .....	35
3.2.1 Die Nutzungsdauer von YouTube und Fernsehen.....	35
3.2.2 Auf diesen Endgeräten wird konsumiert .....	39
3.3 Beliebte Formate im TV und auf YouTube.....	41

3.3.1	Formate und Sender im Fernsehen .....	41
3.3.2	YouTube-Deutschland und die Trends .....	44
3.3.3	Wechsel von TV zu YouTube .....	46
<b>4</b>	<b>Prozess für einen YouTube Channel .....</b>	<b>50</b>
4.1	Kanaldesign .....	50
4.2	Aufbau eines Videos .....	53
4.3	Nutzung des YouTube-Algorithmus .....	56
4.4	Social Media .....	59
4.5	Zuschauerbindung .....	66
<b>5</b>	<b>Fazit.....</b>	<b>70</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>		<b>LXXVI</b>
<b>Anhänge.....</b>		<b>XCIII</b>
Anhang 1 .....		XCIII
Anhang 2 .....		XCIII
Anhang 3 .....		XCIV
Anhang Konsumverhalten bei YouTube und Fernsehen .....		XCIV
<b>Eidesstattliche Versicherung.....</b>		<b>CLXXVI</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Kanalmitgliedschaft .....	6
Abbildung 2: Kanalmitgliedschaft mit mehreren Stufen .....	7
Abbildung 3: Merchandise-Bereich unter dem Video .....	8
Abbildung 4: Bestätigungshaken .....	10
Abbildung 5: Vorlage für Kanalbild bei „One Channel“ .....	11
Abbildung 6: Verschiedene Optionen der Benachrichtigung .....	14
Abbildung 7: „Super Chat“ Dollar-Button .....	16
Abbildung 8: Aktiver „Super Chat“ .....	17
Abbildung 9: Latenzvergleich .....	20
Abbildung 10: Anteil der Haushalte mit Smartphone/Mobiltelefon .....	24
Abbildung 11: Anteil der Internetnutzer in Deutschland .....	25
Abbildung 12: Anzahl der zwölf- bis 19-Jährigen, die ein eigenes Smartphone besitzen .....	31
Abbildung 13: Veränderung der Nutzungsdauer von Fernsehen und Internet in Minuten .....	33
Abbildung 14: Tägliche Nutzungsdauer des Internets .....	34
Abbildung 15: Kanalbanner mit Logo .....	51
Abbildung 16: Kanalbanner mit Safe Area im grünen Rahmen .....	52
Abbildung 17: Verhältnis zwischen Abonnenten und Nutzern ohne Abo .....	55
Abbildung 18: Einblendung einer Erinnerung im Video .....	56
Abbildung 19: Twitter-Beitrag planen .....	60
Abbildung 20: Beitrag auf Facebook .....	62
Abbildung 21: Beitrag mit Bild auf Twitter .....	63
Abbildung 22: Interaktionsmöglichkeiten bei Twitter .....	63
Abbildung 23: Retweet ohne Kommentar .....	64
Abbildung 24: Retweet mit Kommentar .....	65

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Ausrichtungsmethoden für Zielgruppen .....	13
---	----

## **Abkürzungsverzeichnis**

CTR = Click-Through-Rate

IfD = Institut für Demoskopie

JIM = Jugend, Information, Medien

URL = Uniform Resource Locator

VoD = Video-on-Demand

VuMa = Arbeitsgemeinschaft Verbrauchs- und Medienanalyse

ZAW = Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft



## Vorwort

Kurz nachdem ich mit der Arbeit an meiner Bachelorthesis begonnen habe, kam es durch das Coronavirus zu Kontaktbeschränkungen und fast alle Einrichtungen, unter anderem die Hochschule in Offenburg, wurden geschlossen. Aus diesem Grund wurde die gesamte Thesis in mühevoller Heimarbeit geschrieben. Dem Thema ist es zu verdanken, dass alle Informationen über das Internet abrufbar waren.

Das Thema lag mir sehr am Herzen, da ich gemeinsam mit Freunden seit 2012 einen eigenen YouTube-Kanal<sup>1</sup> betreibe. Auf diesem zeigen wir hauptsächlich sog. „Let’s Plays“, in denen wir Videospiele spielen, diese aufzeichnen und währenddessen kommentieren. Diesen Kanal betreiben wir als Hobby, wobei wir durch die Schaltung von Werbung auch etwas Geld verdienen. Dieses Geld fließt wiederum in den Kanal zurück, um damit besseres Equipment, neue Spiele oder Reisen zu Branchenevents zu finanzieren. Die Erfahrungen, die ich mit dem Kanal gesammelt habe, sind selbstverständlich in diese Arbeit eingeflossen. Gerade Kapitel vier profitiert von diesen Erfahrungen.

Durch die Reichweite des YouTube-Kanals, bekam die Umfrage, welche für diese Thesis erstellt wurde, enormes Feedback. Die Umfrage wurde auf YouTube und Twitter verbreitet. Über 1.000 Personen haben an dieser Umfrage teilgenommen und ich möchte mit an dieser Stelle bei allen für die Teilnahme bedanken.

Bei den Recherchen zu den Studien ist mir aufgefallen, dass verschiedene Studien, zu einem bestimmten Thema, unterschiedliche Ergebnisse lieferten. Es war oft nicht zu erkennen, an welchen Punkten sich die Studien unterscheiden und deswegen verschiedene Ergebnisse liefern. Diese Tatsache sorgte bei der Bearbeitung für Probleme. Ich habe mich in meiner Thesis schließlich für die Studien entschieden, die meiner Wahrnehmung nach die schlüssigsten Erkenntnisse lieferten.

---

<sup>1</sup> Vgl. DiePixelHelden (2012), DiePixelHelden - YouTube

# 1 Einleitung

Wie relevant ist YouTube für Unternehmen? Wie wichtig ist YouTube für das Marketing? Wie sollte YouTube korrekt eingesetzt werden? Genau mit diesen Fragen wird sich diese Arbeit beschäftigen.

Die Abhandlung beginnt mit einem Einblick in YouTube selbst. In einem kurzen Teil wird auf die Entstehung und die aktuellen Zahlen eingegangen, damit der Leser ein Gefühl dafür bekommt, wie bedeutend die Videoplattform mittlerweile ist. Der Fokus in diesem Kapitel liegt auf den Funktionen von YouTube. Dabei werden die Funktionen von drei unterschiedlichen Parteien, welche YouTube nutzen, beleuchtet. Die eine Partei besteht aus den Content Creators. Die nächste Partei besteht aus Unternehmen, welche auf der Videoplattform aktiv werden möchten. Und die letzte Gruppe sind die Konsumenten, welche auf YouTube die verschiedensten Videos konsumieren. Zusätzlich werden Alternativen zu Youtube vorgestellt. Dabei handelt es sich um Anbieter im Bereich des Livestreamings, da dieser mittlerweile auch bei YouTube eine gewichtige Rolle einnimmt und eine hohe Zuschauerschaft vorweist.

Um zu verstehen, weshalb YouTube einen so großen Einfluss auf die Bevölkerung hat, ist es einleitend wichtig, das mediale Konsumverhalten der Bevölkerung zu analysieren. Dabei wird unter anderem das Internet mit dem klassischen Fernsehen verglichen. Es zeigt auch, wie die Entwicklung der mobilen Infrastruktur den Online-Medienkonsum beeinflusst hat. Die Analyse soll veranschaulichen, wie sich der Konsum dieser beiden Medien in den letzten Jahren entwickelt hat und wie wichtig YouTube und Fernsehen für Produzenten und Konsumenten im Vergleich zueinander sind. Diese Analyse ist besonders wichtig für Unternehmen, damit sie wissen, in welche Richtung das Content Marketing gehen soll. Die Arbeit beschäftigt sich auch mit der Frage, wie lange die jeweilige Nutzungsdauer verschiedener Medien in Deutschland ist. Gleichzeitig wird aufgezeigt, mit welchen Endgeräten die Deutschen Fernsehsendungen oder YouTube-Videos konsumieren.

Verschiedene Studien zum Verbraucherverhalten von Online- und Offline-Medien, unter anderem der ARD/ZDF-Online-Studie, helfen auch dabei, beliebte und erfolgreiche Formate zu identifizieren. Zusätzlich zu den vorhandenen Studien wird eine selbst erstellte Umfrage unter Verwendung eines Fragebogens durchgeführt. Der Fragebogen wird auf sozialen Plattformen geteilt und verbreitet. Die Teilnehmer sollen auf diesem Fragebogen Informationen zu ihrem Medienkonsumverhalten mitteilen. Außerdem werden Formate beleuchtet, die es entweder vom Fernsehen zu YouTube geschafft haben oder Onlineangebote von Fernsehsendern sind, um dadurch eine neue Zuschauerschaft zu generieren.

Mit den Ergebnissen dieser Analyse wurde ein Konzept für die Erstellung und die Führung eines YouTube-Kanals erstellt. Dieses Konzept soll dabei als Hilfestellung für einen neuen als auch für einen bereits bestehenden Kanal dienen, der in fünf Schritte unterteilt werden kann. Diese Schritte sind zu beachten, um den Kanal zu optimieren und den Algorithmus der Videoplattform für sich zu nutzen. Dabei werden das Design des Kanals, der Videoaufbau, der Algorithmus, die Nutzung der sozialen Netzwerke und die Zuschauerbindung beleuchtet.

Die in der Abschlussarbeit gewählte *männliche Form* bezieht sich immer zugleich auf weibliche und männliche Personen.

## 2 Vorstellung der Plattform

### 2.1 Fakten & Entwicklung

YouTube ist auf Platz Zwei der meistbesuchten Webseiten der Welt.<sup>2</sup> Das wird auch dadurch deutlich, dass pro Minute 400 Stunden Videomaterial auf der Plattform hochgeladen und über eine Milliarde Stunden an Videomaterial pro Tag konsumiert wird.<sup>3</sup>

Die Videoplattform wurde am 15. Februar 2005 von Chad Hurley, Steven Chen und Jawed Karim gegründet, die zu dieser Zeit alle drei Mitarbeiter bei dem Unternehmen PayPal waren. Karim hat auch das erste Video auf YouTube hochgeladen und veröffentlicht.<sup>4</sup>

Aufgrund des schnellen Erfolgs und der zunehmenden Anzahl von Nutzern wurde Google auf das kleine Unternehmen aufmerksam. Die Suchmaschinengruppe kaufte das anderthalb Jahre alte Start-up für 1,65 Milliarden US-Dollar. Wegen der stetig wachsenden Anzahl an Videos, welche auf der Plattform hochgeladen wurden, benötigte das junge Unternehmen deshalb mehr Speicherplatz und Bandbreite, um die enorme Datenmenge abzufangen.<sup>5</sup>

Neben der Kapazität hatte YouTube auch ein Problem mit Urheberrechtsverletzungen. Wo ursprünglich nur niedliche Katzenvideos hochgeladen wurden, wurden später vollständige Aufnahmen von TV-Shows oder Musikvideos hinzugefügt. Aus diesem Grund hat Google zu diesem Zeitpunkt 250 Millionen US-Dollar bereitgestellt, um sich auf mögliche Urheberrechtsklagen vorzubereiten.<sup>6</sup>

Derzeit hat die Videoplattform mehr als 1,9 Milliarden Nutzer, die diese jeden Monat aktiv nutzen. Diese Benutzer sind auf 91 Länder verteilt, in denen die Plattform verfügbar ist. Damit die Besucher aus den verschiedenen Ländern auch auf YouTube navigieren können, kann die Seite in 80 verschiedenen Sprachen abgerufen werden.<sup>7</sup>

---

<sup>2</sup> Vgl. Osman (2019), Faszinierende YouTube-Statistiken und Fakten (2019)

<sup>3</sup> Vgl. Smith (2020), 57 interessante Zahlen und Statistiken rund um YouTube

<sup>4</sup> Vgl. Jerzy (2019), Wie Youtube zur wichtigsten Videoplattform wurde - Capital.de

<sup>5</sup> Vgl. Hecker (2020), Vor 15 Jahren: Wie ein Tsunami und "Nipplegate" für YouTube sorgten | MDR.DE

<sup>6</sup> Vgl. Nolde und Winckler (2007), YouTube-Chef Hurley: „Wir wollen auf jeden Bildschirm“ - WELT.

<sup>7</sup> Vgl. Smith (2020), 57 interessante Zahlen und Statistiken rund um YouTube

## 2.2 Funktionen von YouTube

### 2.2.1 Content Creator

Seit seiner Gründung hat YouTube eine Vielzahl von Funktionen für seine Content-Ersteller implementiert und ausgeführt. Dieser Abschnitt bietet einen Überblick über die wichtigsten und aktuellsten Funktionen der Plattform.

#### 2.2.1.1 Partnerprogramm und Monetarisierung

In den Anfängen von YouTube war es nur möglich, Videos hochzuladen und anzusehen. Nach der Übernahme von Google wurde 2007 das sogenannte "Partnerprogramm" gestartet. Mit diesem Programm war es für ausgewählte Content Creator möglich, ihre Videos zu monetarisieren, d. h. Werbung vor die Videos zu schalten.<sup>8</sup> Um am Partnerprogramm teilnehmen zu können, müssen verschiedene Voraussetzungen erfüllt werden. Der Content Creator muss mehr als 1.000 Abonnenten haben. Außerdem sollte in den letzten zwölf Monaten eine gültige Wiedergabezeit von 4.000 Stunden erreicht werden. Damit Werbung geschaltet werden kann, benötigt der zukünftige YouTube-Partner ein AdSense-Konto, welches mit dem YouTube-Kanal verknüpft ist. Selbstverständlich muss das Land, in dem der YouTuber lebt, das Partnerprogramm anbieten.<sup>9</sup>

Nach Aktivierung der Monetarisierung, kann der Content Creator bis zu sechs verschiedene Anzeigeformate für die Werbung wählen.<sup>10</sup>

Displayanzeige:

Die von Google AdWords verwaltete Anzeige wird oberhalb der Videovorschläge angezeigt. Der Vorteil an dieser Anzeige ist, dass das Video deswegen nicht unterbrochen wird. Aus diesem Grund ist dieses Anzeigenformat bei den Zuschauern sehr beliebt.<sup>11</sup>

Overlay-Anzeige:

Bei der Overlay-Anzeige handelt es sich um ein Werbebanner, welcher auf dem Video auftaucht und ca. 20% des Videobereichs einnimmt. Das Banner verschwindet nicht automatisch, sondern muss manuell vom Nutzer geschlossen werden.<sup>12</sup>

---

<sup>8</sup> Vgl. Thieme (2018), YouTube und SEO? Die vergessene Traffic-Quelle | GrowthUp

<sup>9</sup> Vgl. Google Support (o. J.), YouTube-Partnerprogramm: Überblick und Voraussetzungen - YouTube-Hilfe

<sup>10</sup> Vgl. Kirchner (2019), YouTube Anzeigenformate ⇒ Welche Werbeformate gibt es?

<sup>11</sup> Vgl. Kirchner (2019), YouTube Anzeigenformate ⇒ Welche Werbeformate gibt es?

<sup>12</sup> Vgl. Kirchner (2019), YouTube Anzeigenformate ⇒ Welche Werbeformate gibt es?

### Gesponserte Infokarte:

Bei der Infokarte handelt es sich um einen Call-to-Action-Pop-up. Wann eine Infokarte aktiviert wird, entscheidet der Content Creator selbst. Im Video selbst erscheint in der rechten Ecke ein kleiner Teasertext. Dieser verschwindet nach einigen Sekunden wieder und zurück bleibt ein „i“ in einem Kreis. Sobald der Zuschauer auf dieses Symbol klickt, wird die Infokarte aufgeklappt und der Nutzer sieht den wichtigen Inhalt der Infokarte. Die Inhalte können Links zu anderen Videos oder zu Produkten sein.<sup>13</sup>

### Bumper-Anzeige:

Die Bumper-Anzeigen sind maximal sechs Sekunden lang und können vor oder nach einem Video geschaltet werden.<sup>14</sup> Die Werbung kann nicht übersprungen werden und muss ablaufen, damit das Video weiter konsumiert werden kann. Bei längeren Videos können Bumper-Anzeigen auch mitten im Video platziert werden.<sup>15</sup>

### Überspringbare Videoanzeige:

Ähnlich wie bei einer Bumper-Anzeige, kann eine überspringbare Videoanzeige vor, während oder nach dem Video geschaltet werden. Die Anzeige ist im Normalfall 15 oder 20 Sekunden lang, kann aber bis zu drei Minuten gehen. Der Zuschauer hat jedoch die Möglichkeit, die Werbung nach fünf Sekunden zu überspringen.<sup>16</sup>

### Nicht Überspringbare Videoanzeige:

Die nicht überspringbare Videoanzeige kann vor einem Video geschaltet werden. Diese Werbefilme sind seit 2018 15 bzw. 20 Sekunden lang. Davor hatte die Werbung eine Länge von 30 Sekunden, was für die meisten Zuschauer viel zu lange war.<sup>17</sup>

## 2.2.1.2 Kanalmitgliedschaft

Im Jahr 2018 hat YouTube die Funktion der Kanalmitgliedschaft eingeführt. Das bedeutet, Nutzer haben seitdem die Möglichkeit einen YouTube-Kanal mit einem monatlichen Beitrag von 4,99 Euro zu unterstützen. Dadurch erhält er

---

<sup>13</sup> Vgl. Kirchner (2019), YouTube Anzeigenformate ⇒ Welche Werbeformate gibt es?

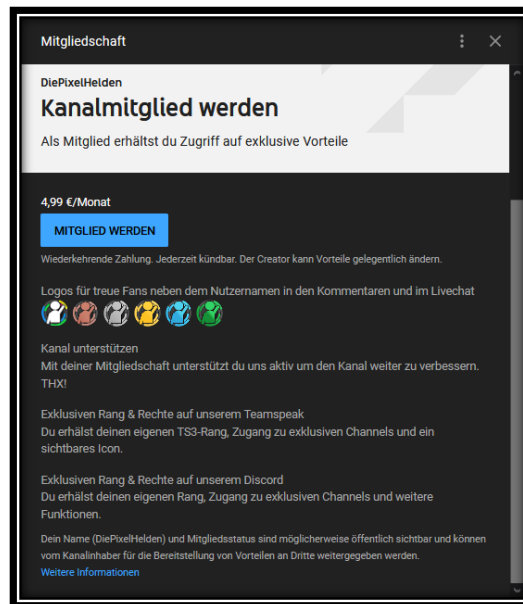
<sup>14</sup> Vgl. Die Erklärvideo Agentur (o. J.), PreRoll, MidRoll, PostRoll & Bumper Ad – Die Erklärvideo Agentur

<sup>15</sup> Vgl. Kirchner (2019), YouTube Anzeigenformate ⇒ Welche Werbeformate gibt es?

<sup>16</sup> Vgl. Kirchner (2019), YouTube Anzeigenformate ⇒ Welche Werbeformate gibt es?

<sup>17</sup> Vgl. Kirchner (2019), YouTube Anzeigenformate ⇒ Welche Werbeformate gibt es?

verschiedene Boni, wie z. B. besondere Logos neben dem Nutzernamen, exklusiven Video-Content oder Merchandise. Der Betreiber des Kanals kann selbst entscheiden, welche Boni seine Mitglieder erhalten.<sup>18</sup>



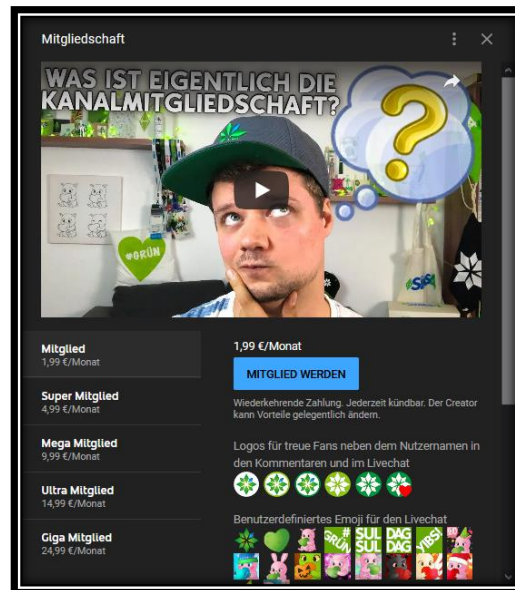
**Abbildung 1: Kanalmemberschaft** <sup>19</sup>

In der Zwischenzeit ist es für den YouTuber möglich, mehrere Stufen der Mitgliedschaft auszuwählen. Diese erstrecken sich von 0,99 Euro/Monat bis hin zu 49,99 Euro/Monat. Jede dieser Stufen kann dem Kanalmitglied einen weiteren Vorteil bringen.<sup>20</sup>

<sup>18</sup> Vgl. Wandiger (2019), YouTube Kanalmemberschaft - Lukrative Einnahmequelle für YouTuber?!

<sup>19</sup> Vgl. DiePixelHelden (2012), DiePixelHelden - YouTube

<sup>20</sup> Vgl. Wandiger (2019), YouTube Kanalmemberschaft - Lukrative Einnahmequelle für YouTuber?!



**Abbildung 2: Kanalmitgliedschaft mit mehreren Stufen** <sup>21</sup>

Um die Kanalmitgliedschaft auf YouTube anbieten zu können, müssen verschiedene Voraussetzungen erfüllt werden. Der Kanal muss mindestens 30.000 Abonnenten haben. Außer es handelt sich um einen Gamingkanal, diese benötigen mehr 1.000 Abonnenten. Zudem muss der YouTuber am YouTube-Partnerprogramm teilnehmen und mindestens 18 Jahre alt sein.<sup>22</sup>

#### 2.2.1.3 Merchandise-Bereich

Einige Kanalbetreiber haben sogar die Möglichkeit, ihr eigenes Merchandise direkt unter einem ihrer Videos anzeigen zu lassen.<sup>23</sup> In diesem speziellen Merchandise-Bereich können bis zu zwölf Artikel angezeigt werden. Diese Produkte werden entweder vom Creator selbst oder vom jeweiligen Händler festgelegt.<sup>24</sup>

Auch um diese Funktion nutzen zu können, muss der Kanal bestimmte Voraussetzungen erfüllen:<sup>25</sup>

- Mehr als 10.000 Abonnenten
- Zulassung zur Monetarisierung
- Kein spezieller Kinderkanal
- Wohnhaft in einem Land, in dem das Partnerprogramm verfügbar ist

<sup>21</sup> Vgl. SimFans.de (2007), SimFans.de - YouTube

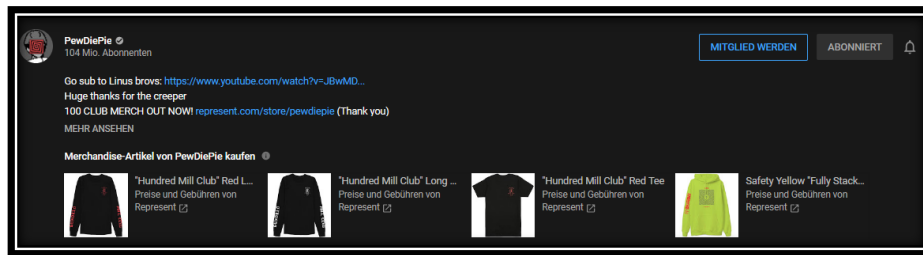
<sup>22</sup> Vgl. Wandiger (2019), YouTube Kanalmitgliedschaft - Lukrative Einnahmequelle für YouTuber?!

<sup>23</sup> Google Support (o. J.), Wissenswertes zum Merchandise-Bereich - YouTube-Hilfe

<sup>24</sup> Google Support (o. J.), Merchandise-Bereich verwalten - YouTube-Hilfe

<sup>25</sup> Google Support (o. J.), Wissenswertes zum Merchandise-Bereich - YouTube-Hilfe





**Abbildung 3: Merchandise-Bereich unter dem Video** <sup>26</sup>

#### 2.2.1.4 YouTube Space

Für Content Creator, die über kein teures Equipment oder ein professionelles Studio verfügen, hat YouTube im Jahr 2012 das „YouTube Space“ entwickelt, in dem sich die Nutzer kreativ austoben können.<sup>27</sup> Das „YouTube Space“ ist eine Art Filmstudio mit mehreren Sets, einem Vorführraum und jede Menge Platz, zur freien Verfügung. Nutzen können das Studio alle Creator mit mehr als 15.000 Abonnenten.<sup>28</sup> Das erste „YouTube Space“ in Deutschland wurde 2015 in Berlin eröffnet. Bisher ist es das einzige Studio, welches in der Bundesrepublik existiert.<sup>29</sup> Die Nutzung ist für die Creator kostenlos.<sup>30</sup>

#### 2.2.1.5 Das Vorteilsprogramm

Ein weiterer Service den YouTube ins Leben gerufen hat ist das Vorteilsprogramm. Mit diesem Programm möchte YouTube seinen kleinen und großen Creatoren unter die Arme greifen und diesen verschiedene Möglichkeiten bieten, um den eigenen YouTube-Kanal zu verbessern. Das Vorteilsprogramm wird dabei in verschiedene Level unterteilt.<sup>31</sup>

Das erste Level stellt „Graphite“ dar. Jeder Content Creator ab einem bis 1.000 Abonnenten ist in diesem Level. In diesem Level bekommen neue Creator hilfreiche Tipps für den Start auf YouTube. In entsprechenden Onlinekursen, den „Creator Academy-Kursen“, lernen die Neulinge alles rund um die Videoerstellung und auf was sie beim Erstellen achten müssen. Außerdem können sich neue Creator über das Urheberrecht und die Community-Richtlinien von YouTube informieren. Zu guter Letzt lernen sie das „Creator Studio“ kennen. Mit dem „Creator Studio“ wird der gesamte YouTube-Kanal verwaltet. Dieser enthält verschiedene Funktionen und Tools, um den Kanal zu bedienen. Es

<sup>26</sup> Vgl. PewDiePie (2010), PewDiePie - YouTube

<sup>27</sup> Vgl. Mormino (2012), YouTube Creator Blog [UK]: Introducing the YouTube creator space

<sup>28</sup> Vgl. YouTube (o. j.), YouTube Space

<sup>29</sup> Vgl. Reumschüssel (2015), YouTube: Creator Space in Berlin eröffnet - DER SPIEGEL

<sup>30</sup> Vgl. YouTube (o. j.), YouTube Space

<sup>31</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Creators | Vorteilsprogramm-Level | YouTube

können ebenfalls Zuschauerzahlen, Aufrufe, Abonnenten usw. analysiert werden.<sup>32</sup>

Ab 1.000 bis 10.000 Abonnenten befinden sich die Content Creator im Level „Opal“. Hier erfahren die YouTuber was sie tun müssen, um auf YouTube schneller gefunden zu werden. Es wird die Wichtigkeit von Titel und Thumbnail vermittelt. Auch der korrekte Einsatz der Videobeschreibung wird den Creator nähergebracht. Als Content Creator ist es enorm wichtig den richtigen Umgang mit der Community zu pflegen. Deshalb bietet YouTube auch hier einen Kurs an, um eine vernünftige Interaktion mit den Zuschauern zu lernen. Denn nur dadurch kann ein Kanal wachsen und eine treue Zuschauerschaft aufbauen. Dadurch, dass der Kanal immer größer wird, ist es umso wichtiger seine Zuschauerschaft zu kennen. Dafür ist das mächtige Tool „Analytics“ hilfreich. Creator im „Opal“-Level erhalten einen Einblick in „Analytics“, damit sie lernen die Ergebnisse zu interpretieren.<sup>33</sup>

Das nächste Level ist das „Bronze“-Level. Dieses haben YouTuber mit 10.000 bis 100.000 Abonnenten.<sup>34</sup> Wie bereits erwähnt, bekommen Content Creator die Chance das „YouTube-Space“, eine Produktionseinrichtung, zu benutzen.<sup>35</sup> Außerdem ist es möglich, sobald ein Creator im „Bronze“-Level ist, am „NextUp-Wettbewerb“ teilzunehmen.<sup>36</sup> Content Creator haben dabei die Möglichkeit, an einem fünftägigen Kurs, genannt „Creator Camp“, teilzunehmen. Dabei bekommen sie eine Einführung in die Videoproduktion, ihnen wird der Umgang mit hochwertigem Equipment beigebracht und sie erhalten wertvolle Tipps zum Führen eines erfolgreichen Kanals. Das Ganze findet in den „YouTube-Spaces“ statt. Neben dem Kurs erhalten die Teilnehmer außerdem einen Gutschein im Wert von 2.000 US-Dollar, um damit in neue Ausrüstung für die Videoproduktion zu investieren. Die Gewinner des NextUp-Wettbewerbs erhalten zudem eine persönliche Kanalbetreuung, die sonst den „Silver oder höher“-Level vorbehalten ist. In persönlichen Gesprächen wird der Kanal optimiert sowie Einladungen zu Events oder Partys.<sup>37</sup> Darüber hinaus erhalten Content Creator auf dem „Bronze“-Level eine Hilfestellung zum Thema Monetarisierung auf YouTube und wie man langfristig auf der Plattform erfolgreich ist.<sup>38</sup>

---

<sup>32</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Creators | Vorteilsprogramm-Level Graphite | YouTube

<sup>33</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Creators | Vorteilsprogramm-Level Opal | YouTube

<sup>34</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Creators | Vorteilsprogramm-Level Bronze | YouTube

<sup>35</sup> s. Kapitel 2.2.1.4 YouTube Space; S. 8

<sup>36</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Creators | Vorteilsprogramm-Level Bronze | YouTube

<sup>37</sup> Vgl. YouTube (o. j.), NextUp | YouTube

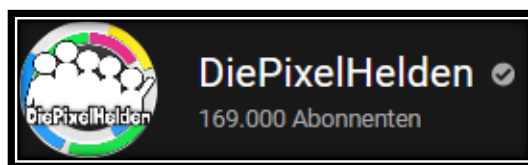
<sup>38</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Creators | Vorteilsprogramm-Level Bronze | YouTube

Das letzte Level stellt „Silver oder höher“ dar. Sobald Content Creator die 100.000 Abonnenten übersteigen, erhalten sie einen Award. Ab 100.000 ist es der „Silver Creator Award“. Ab einer Million Abonnenten erhalten die Creator einen „Gold Creator Award“ und bei zehn Millionen gibt es den „Diamond Creator Award“. Wie bereits angesprochen, erhalten Creator in diesem Level einen Partnermanager zur Seite gestellt. Dieser soll dabei helfen, das Letzte aus dem Kanal herauszuholen. Zudem bekommen YouTuber mehr Vorteile im „YouTube-Space“. Ihnen steht die Nutzung von Premiumbühnen, Events und Workshops zur Verfügung.<sup>39</sup>

### 2.2.2 Unternehmen

YouTube bietet keine speziellen Konten für Unternehmen an. Jede Privatperson, jeder Künstler und jedes Unternehmen beginnt mit dem gleichen YouTube-Kanal. Das Unternehmen kann auch alle Funktionen nutzen, die ein Content Creator verwenden kann.<sup>40</sup> Für Unternehmen, die kaum bis gar keine Erfahrung mit YouTube und YouTube-Videos haben, stellt YouTube das so genannte „YouTube Playbook für kleine Unternehmen“ zur Verfügung.<sup>41</sup> Damit bekommt das Unternehmen eine Hilfestellung beim Erstellen eines eigenen Kanals.

Für das Unternehmen ist es nach dem Anlegen des Kanals wichtig, dass sich neben dem Kanalnamen ein Verifizierungshaken, der die Echtheit des Kanals und der Marke bestätigt. Das Problem ist, dass sich jeder für jeden ausgeben und sich durch die Bekanntheit der Marke einen Vorteil verschaffen kann. Durch den Verifizierungshaken erkennen Nutzer, dass dieser Kanal offiziell zum entsprechenden Unternehmen gehört.<sup>42</sup>



**Abbildung 4: Bestätigungshaken** <sup>43</sup>

Um einen solchen Haken zu beantragen, benötigt der Kanal in der Regel 100.000 Abonnenten. Bei einer Marke, die bereits einen hohen Bekanntheitsgrad besitzt, ist es auch möglich mit weniger als 100.000 Abonnenten eine Verifizierung zu

<sup>39</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Creators | Vorteilsprogramm-Level Silver oder höher | YouTube

<sup>40</sup> s. Kapitel 2.2.1 Content Creator

<sup>41</sup> Vgl. YouTube Ads (o. J.), Mit Videoanzeigen online für Ihr Unternehmen werben – YouTube-Werbung

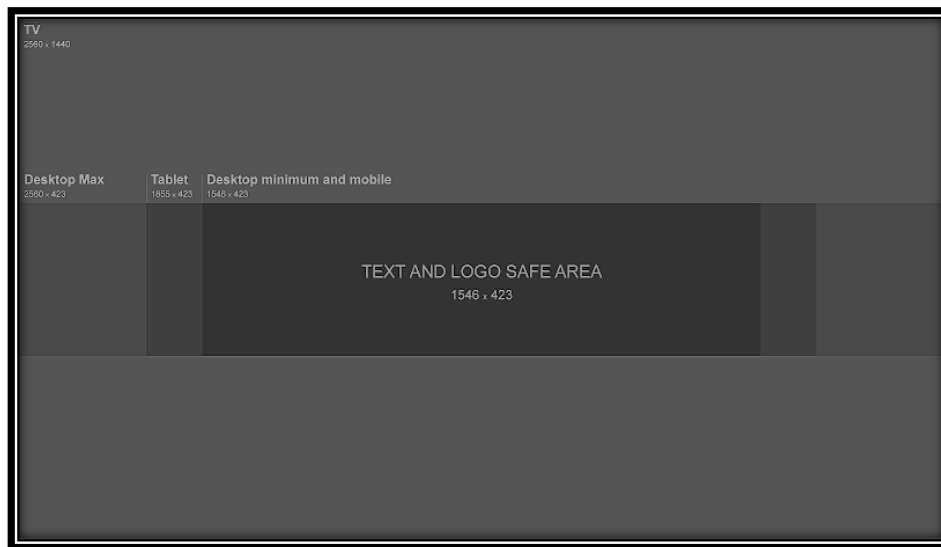
<sup>42</sup> Vgl. Heumann (2016), Die YouTube Verifizierung aka der "Haken"

<sup>43</sup> Vgl. DiePixelHelden (2012), DiePixelHelden - YouTube

beantragen. Nach der Beantragung prüft YouTube, ob der Kanal tatsächlich das Unternehmen, die Marke oder den Creator repräsentiert. Es kann vorkommen, dass YouTube weitere Informationen zur Überprüfung einfordert.<sup>44</sup>

### 2.2.2.1 One Channel

Im Jahr 2013 hat YouTube das Kanaldesign zum „One Channel“-Design verändert. Damit ist es für Kanalbetreiber möglich, ein Hintergrundbild für alle Endgeräte auszuwählen, welches sich automatisch an den Bildschirm anpasst.<sup>45</sup>



**Abbildung 5: Vorlage für Kanalbild bei „One Channel“**<sup>46</sup>

Dadurch, dass das Hintergrundbild auf jedem Endgerät dasselbe ist, wird der Kanal von den Nutzern automatisch wiedererkannt und sorgt somit für ein vertrauliches Gefühl.

Mit dem „One Channel“-Design wurde auch der Kanaltrailer eingeführt. Dieser wird bei neuen Besuchern, also Nichtabonnenten des Kanals, automatisch abgespielt.<sup>47</sup> Der Trailer ist deshalb wichtig, da dies neben dem Logo und dem Banner das erste ist, was ein neuer Benutzer sehen und hören kann. Das Unternehmen hat hier die Chance, neue Zuschauer für sich zu gewinnen und zum Abonnieren aufzufordern.

<sup>44</sup> Vgl. Google Support (o. J.), Bestätigungskennzeichen auf Kanälen - YouTube-Hilfe

<sup>45</sup> Vgl. Baltner (2014), YouTube für Unternehmen I: Einstieg, Pflege, Content und Erfolgsmessung | UPLOAD Magazin

<sup>46</sup> Vgl. Google Support (o. j.), Kanalbilder erstellen oder bearbeiten - YouTube-Hilfe

<sup>47</sup> Vgl. Baltner (2014), YouTube für Unternehmen I: Einstieg, Pflege, Content und Erfolgsmessung | UPLOAD Magazin

Bei wiederkehrenden Abonnenten wird der Kanaltrailer nicht mehr angezeigt. Stattdessen wählt der Content Creator ein anderes Video, welches er hochgeladen hat, aus. Dieses wird dann unter „Empfohlene Videos“ angezeigt.<sup>48</sup>

#### 2.2.2.2 Werbepartner

Nicht jedes Unternehmen hat die Zeit und die Ressourcen einen YouTube-Kanal zu betreiben und zu pflegen. Es ist jedoch möglich, dass diese Unternehmen trotzdem auf der Videoplattform präsent sein können, jedoch nicht als Creator, sondern als Werbepartner.

Um auf YouTube werben zu können ist lediglich ein Google Ads-Konto notwendig. Mit Google Ads werden alle Anzeigen im Werbenetzwerk von Google verwaltet.<sup>49</sup> Dadurch lassen sich eine Menge Messwerte zusammentragen, die dabei helfen sollen, die Werbekampagnen zu analysieren und zu optimieren. Der wichtigste Faktor ist hierbei die Aufruftrate. Um diese zu ermitteln wird die Anzahl der Nutzer, welche das Video/die Werbung mindestens 30 Sekunden angeschaut oder mit dieser interagiert haben, durch die Impressions (Anzeigehäufigkeit der Werbung) geteilt. Mit der Aufruftrate ist es möglich, die Wirkung der Anzeige zu erkennen. Je näher die Aufruftrate Richtung 1 geht, desto mehr weckt die Anzeige das Interesse der Zuschauer.<sup>50</sup>

Neben dem Monitoring bietet Google Ads eine genaue Ansprache der passenden Zielgruppe an. Da Google über eine enorme Menge an gesammelten Daten verfügt,<sup>51</sup> kann eine Vielzahl an Ausrichtungsmethoden angeboten werden. Das Unternehmen kann demnach genaustens entscheiden, welche Zielgruppe, wann und wo angesprochen werden soll.<sup>52</sup> Die folgende Tabelle enthält alle Ausrichtungsmethoden, die von Google angeboten werden:

---

<sup>48</sup> Vgl. Ludwig (2014), Kanal-Trailer einbinden für deinen YouTube-Kanal - So gehts | Bloggen

<sup>49</sup> Vgl. YouTube Ads (o. J.), Ressourcen für Videowerbung – YouTube-Werbung

<sup>50</sup> Vgl. YouTube Ads (o. J.), Videomarketingkampagnen optimieren – YouTube-Werbung

<sup>51</sup> Vgl. Erxleben (2018), Daten pro Stunde: So viele Informationen sammelt Google

<sup>52</sup> Vgl. Google Support (o. J.), Videokampagnen ausrichten - Google Ads-Hilfe

**Tabelle 1: Ausrichtungsmethoden für Zielgruppen** <sup>53</sup>

Demografische Gruppen	Alter, Geschlecht, Elternhaus, Haushaltseinkommen, usw.
Detaillierte demografische Gruppe	Student, Hausbesitzer, frisch gebackene Eltern, usw.
Interessen	Nutzer, die sich für ein bestimmtes Thema interessieren
Zielgruppen mit gemeinsamen Interessen	Nutzer, die bereits ein starkes Interesse an einer bestimmten Sache haben
Benutzerdefinierte Zielgruppen mit gemeinsamen Interessen	Noch genauere Abstimmung auf die Marke, z. B. Gitarrenspieler statt nur Musikliebhaber
Lebensereignisse	Heirat, Umzug, Geburt, usw.
Kaufbereite Zielgruppe	Nutzer, die das Produkt oder die Dienstleistung sehr gerne beziehen möchten
Benutzerdefinierte Zielgruppe mit gemeinsamer Kaufabsicht	Nutzer werden anhand bestimmter Keywords, die bei der Google-Suche eingegeben wurden und noch bei der Kaufentscheidung sind, erreicht.
Video-Remarketing	Interaktionen mit den eigenen Videos, der TrueView-Anzeige und dem eigenen YouTube-Kanal
Website- und App-Remarketing	Bereits besuchte Website oder Nutzung der mobilen App
Kundenabgleich	Bereits vorhandene Kundendaten werden mit YouTube verglichen, um diese zu erreichen und wieder anzusprechen
Ähnliche Zielgruppen	Neue Kunden, die den bereits vorhandenen Kunden ähneln

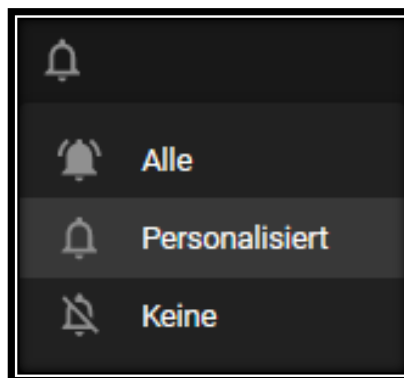
<sup>53</sup> Vgl. Google Support (o. J.), Videokampagnen ausrichten - Google Ads-Hilfe

### 2.2.3 Konsumenten

Die Konsumenten, im Folgenden als Zuschauer bezeichnet, haben nur wenige Funktionen, aber sie sind der wichtigste Faktor, ohne die die Videoplattform keine Relevanz aufweisen würde. Die Zuschauer generieren Klicks, mit denen der Content Creator Geld verdient und interessant für Werbepartner wird. Ein Unternehmen wiederum steigert die Markenbekanntheit, ob nun durch eigene Videos oder durch Werbeanzeigen. Die Zuschauer sind demnach das „Öl in der Maschine“.

#### 2.2.3.1 Abonnieren und Benachrichtigung

Weltweit können sich Menschen Videos auf YouTube anschauen, solange die technischen Voraussetzungen gegeben sind. Ein Konto ist erstmal nicht vonnöten. Möchten die Zuschauer jedoch mehr als nur Videos schauen, ist eine Anmeldung notwendig. Es ist möglich sich mit seinem bereits vorhandenen Google-Konto anzumelden oder selbst ein neues Konto auf YouTube zu erstellen. Erst durch diese Anmeldung bieten sich den Zuschauern verschiedene Funktionen: Nun besteht zusätzlich die Möglichkeit, andere Kanäle zu abonnieren, Videos mit einer Like-/Dislike-Funktion zu bewerten oder zu kommentieren. Damit die Zuschauer darüber in Kenntnis gesetzt werden, dass ein neues Video ihrer abonnierten Kanäle erschienen ist, wird mittlerweile zusätzlich eine Glocke aktiviert.<sup>54</sup> Als Content Creator und Zuschauer muss man wissen, dass die Glocke drei verschiedene Optionen hat.



**Abbildung 6: Verschiedene Optionen der Benachrichtigung** <sup>55</sup>

Standardmäßig wird die Glocke mit „personalisiert“ aktiviert. Bei den personalisierten Benachrichtigungen bekommt der Zuschauer nicht bei jedem neuen Video eine Benachrichtigung. Ob der Zuschauer eine Nachricht bekommt hängt unter anderem davon ab, wie oft der jeweilige Kanal geschaut wird. Bei der

<sup>54</sup> Vgl. Tober (2018), Entscheidet Youtube was ich sehen möchte?! - [www.dieberater.de](http://www.dieberater.de)

<sup>55</sup> Vgl. Rocket Beans TV (2012), Rocket Beans TV - YouTube




Option „Alle“ wird der Zuschauer über jedes neue Video informiert.<sup>56</sup> Damit der Zuschauer jedoch nicht mit Benachrichtigungen überflutet wird, hat YouTube das Maximum an Benachrichtigungen auf drei Nachrichten pro 24 Stunden festgelegt.<sup>57</sup> Es kann jedoch vorkommen, dass trotz aktiver Glocke und „Alle“-Option keine Benachrichtigung an den Zuschauer versendet wird. Das könnte daran liegen, dass die Benachrichtigung auf Geräte-, App- oder Kontoebene deaktiviert ist.<sup>58</sup> Bei der dritten Option „Keine“ bekommen die Abonnenten keine Benachrichtigung.


#### 2.2.3.2 YouTube Premium und Spenden


Werbung ist überall. Im Fernsehen, im Radio, in Zeitschriften, auf Plakaten und natürlich auch im Internet. Dementsprechend auch auf YouTube. Es ist also kein Wunder, dass die Bevölkerung von Werbung genervt ist und versucht, diese zu vermeiden. Jeder dritte Internetnutzer in Deutschland hat bereits einen Adblocker installiert.<sup>59</sup> Leider sorgt so ein Adblocker, zum Bedauern von Plattformen wie YouTube, dass Werbeeinnahmen verloren gehen. Deshalb hat YouTube seit Mitte 2018 sein Abo-Modell „YouTube Premium“ im Angebot.<sup>60</sup> Durch ein Abonnement für 11,99 € im Monat hat der Nutzer eine Vielzahl von Vorteilen, z. B. das Schauen von Videos ohne Werbeunterbrechungen. Zudem ist es möglich, Videos herunterzuladen und offline zu konsumieren. Für Smartphone-Nutzer können Videos bei ausgeschaltetem Bildschirm abspielen. Ein weiterer Vorteil des Abos ist der Zugriff auf exklusive Serien, die unter „YouTube Originals“ geführt werden.<sup>61</sup> Es gibt jedoch auch YouTube-Originals-Serien und -Filme, die auch Nutzern ohne Abo zur Verfügung stehen.<sup>62</sup>

Wer das Abo für seine ganze Familie abschließen möchte, kann das für 17,99 € im Monat tun. Dadurch bekommen bis zu sechs Familienmitglieder Zugriff auf „YouTube Premium“. Die Familienmitglieder müssen jedoch im selben Haushalt wohnen, mindestens 13 Jahre alt sein und ein eigenes Google-Konto besitzen.<sup>63</sup>

---

<sup>56</sup> Vgl. TeamYouTube (2019),  Ankündigung: Verbesserung von Benachrichtigungen auf YouTube - YouTube Community

<sup>57</sup> Vgl. TeamYouTube (2020),  Neue Messwerte zu Benachrichtigungen auf Videoebene in YouTube Analytics - YouTube Community

<sup>58</sup> Vgl. TeamYouTube (2019),  Ankündigung: Verbesserung von Benachrichtigungen auf YouTube - YouTube Community

<sup>59</sup> Vgl. Hein (2018), E-Marketer: Jeder dritte deutsche Internetnutzer nutzt Adblocker

<sup>60</sup> Vgl. Berger (2018), YouTube Premium: Videos ohne Werbung schauen | heise online

<sup>61</sup> Vgl. Kolkman (2018), YouTube (Music) Premium: Kosten & Vorteile des Streamingdienstes

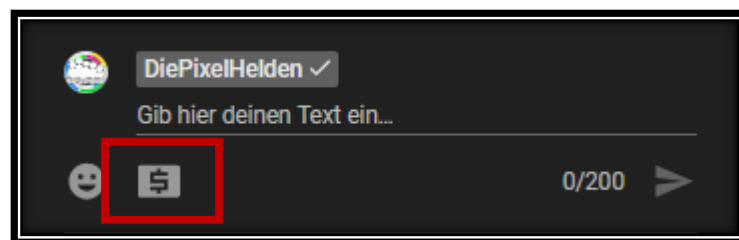
<sup>62</sup> Vgl. Google Support (o. j.), YouTube Originals ansehen - YouTube-Hilfe

<sup>63</sup> Vgl. Kolkman (2018), YouTube (Music) Premium: Kosten & Vorteile des Streamingdienstes



Nun stellt sich die Frage, ob Content Creator von „YouTube Premium“ profitieren oder ob ihnen dadurch Werbeeinnahmen verloren gehen. Tatsächlich erhalten Content Creator auch bei Nutzung von „YouTube Premium“ Einnahmen. Diese hängen davon ab, wie viele Nutzer von „YouTube Premium“ die jeweiligen Videos konsumieren.<sup>64</sup>

Des Weiteren haben die Zuschauer, wie bereits im Kapitel über die Kanalmitgliedschaft<sup>65</sup> erwähnt, die Möglichkeit, einen Kanal mit einem monatlichen Betrag zu unterstützen. Neben der Kanalmitgliedschaft können die Zuschauer den Kanal auch auf anderen Wegen finanziell unterstützen. Eine Möglichkeit besteht darin, dass die Zuschauer über verschiedene Dienste, wie z. B. PayPal oder Paysafecard, spenden können. Die andere Möglichkeit ist es eine Spende über den „Super Chat“ zu tätigen. Diese Art der Spende ist jedoch nur bei einem Livestream möglich. Dafür müssen die Zuschauer auf das Dollarsymbol beim Live-Chat klicken. Daraufhin haben die Zuschauer die Wahl, welchen Betrag sie dem Content Creator spenden möchten und können eine Nachricht zur Spende verfassen. Je nach Betrag wird die Anzeigedauer der Spende und die Anzahl der zur Verfügung stehenden Zeichen verändert.<sup>66</sup>



**Abbildung 7: „Super Chat“ Dollar-Button** <sup>67</sup>

<sup>64</sup> Vgl. Google Support (o. J.), YouTube Premium und Inhalte von Creatoren - YouTube-Hilfe

<sup>65</sup> s. Kapitel 2.2.1.2 Kanalmitgliedschaft

<sup>66</sup> Vgl. Sir Apfelot (2019), Was ist ein Youtube Super Chat / eine Mitgliedschaft? » Sir Apfelot

<sup>67</sup> Vgl. Rocket Beans TV (2012), Rocket Beans TV - YouTube

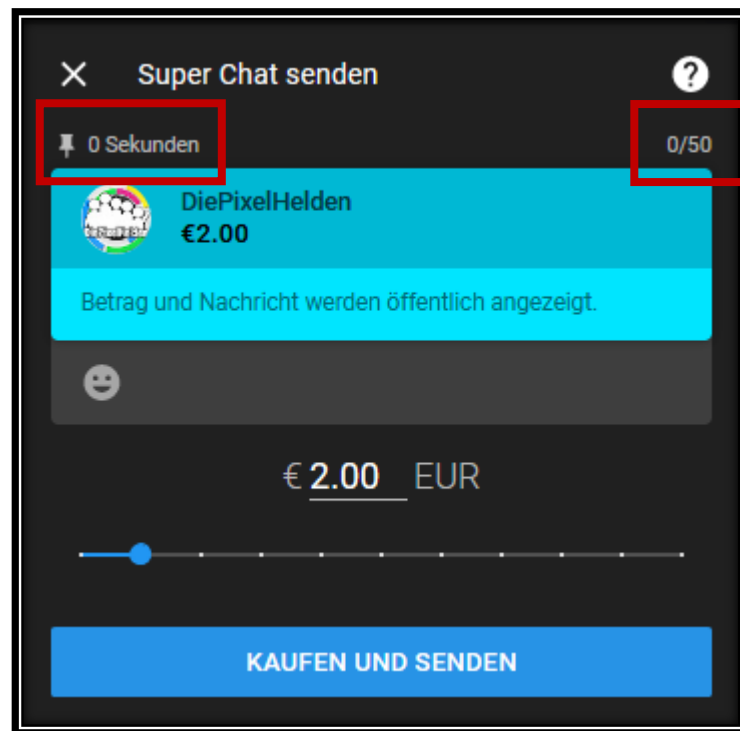


Abbildung 8: Aktiver „Super Chat“ <sup>68</sup>

## 2.3 Alternativen

### 2.3.1.1 Twitch

Seit 2011 ist die Streamingplattform Twitch als eigenständige Website online. Davor war Twitch eine Tochterseite von „Justin.tv“, ebenfalls ein Streamingportal, das 2007 von Justin Kan gegründet wurde. Kan wollte ein Portal schaffen, auf dem sich jeder Mensch kreativ austoben und diese Aktivitäten Live ins Internet übertragen kann. In kurzer Zeit ist die Gamingszene auf „Justin.tv“ zu einer enormen Größe herangewachsen und machte somit einen großen Anteil auf der Plattform aus. Twitch wurde so populär, dass 2014 „Justin.tv“ offline gesetzt wurde.<sup>69</sup>

Mittlerweile verzeichnet Twitch 3,58 Millionen Unique User<sup>70</sup>, also unterschiedliche Nutzer, und ist somit die größte Streamingplattform weltweit.<sup>71</sup> Durch den hohen Erfolg von Twitch wurde unter anderem Amazon auf den

<sup>68</sup> Vgl. Rocket Beans TV (2012), Rocket Beans TV - YouTube

<sup>69</sup> Vgl. Ingame (2020), Twitch, die Streaming-Plattform: Gaming, E-Sport und Live-Events | Guides

<sup>70</sup> s. Anhang 1; S. XCIII

<sup>71</sup> Vgl. Ingame (2020), Twitch, die Streaming-Plattform: Gaming, E-Sport und Live-Events | Guides

Streamingdienst aufmerksam. Im Jahr 2014 wurde Twitch dann für 970 Millionen Dollar von Amazon gekauft.<sup>72</sup>

Es kommt nicht von ungefähr, weshalb viele deutsche YouTuber das Streamen auf Twitch für sich entdeckt haben. Manche veröffentlichen weiterhin Videos auf YouTube und streamen zusätzlich auch auf Twitch, andere wiederum haben YouTube komplett hinter sich gelassen.<sup>73</sup>

Um Twitch nutzen zu können ist eine Anmeldung nicht notwendig. Die Nutzer können jeden Livestream anschauen, den sie möchten. Wie bei YouTube ist auch auf Twitch ein Account vonnöten, wenn die Nutzer die Streams kommentieren möchten. Mit einem Account ist es ebenfalls möglich den Streamern zu folgen oder diese zu abonnieren. Das Folgen ist für die Nutzer kostenlos. Die Follower erhalten anschließend eine Benachrichtigung, falls der Streamende einen Livestream beginnt.<sup>74</sup> Bei einem Abonnement fallen für die Nutzer jedoch Kosten an. Diese belaufen sich auf 4,99 US-Dollar, 9,99 US-Dollar oder 24,99 US-Dollar pro Monat.<sup>75</sup> Außerdem bekommen die Nutzer durch ein Abo ein spezielles Icon, welches sie als Abonnent markiert. Die Nutzer haben ebenfalls Zugriff auf verschiedene Emotes, welche von Streamer zu Streamer selbstverständlich variieren. Das Abo ist jederzeit kündbar.<sup>76</sup> Durch die Einbindung in das Amazon-Netzwerk können die Nutzer, sofern sie ein Amazon-Prime-Abo besitzen, „Twitch Prime“ zum Abonnieren nutzen. Durch „Twitch Prime“ können die Nutzer einmal pro Monat einen Streamer ihrer Wahl kostenlos abonnieren und haben alle Vorteile eines normalen Twitch-Abonnements.<sup>77</sup>

Damit die Nutzer einen Streamer abonnieren können, muss der Streamer an einem von zwei Twitch-Programmen teilnehmen. Das wäre einmal das „Affiliate-Programm“ und einmal das „Partner-Programm“.<sup>78</sup> Um jedoch an einem der beiden Programme teilnehmen zu können, müssen verschiedene Voraussetzungen erfüllt sein:<sup>79</sup>

- Affiliate
  - Innerhalb von 30 Tagen insgesamt acht Stunden streamen
  - Innerhalb von 30 Tagen an sieben verschiedenen Tagen streamen

---

<sup>72</sup> Vgl. IONOS (2018), Was ist Twitch? TV für die Gaming-Szene! - IONOS

<sup>73</sup> Vgl. Petrowa (2020), Twitch vs. YouTube: Beliebte Twitch-Kanäle für Nicht-Gamer - Musik, Reactions & Chats | Lifestyle | DASDING

<sup>74</sup> Vgl. noonguides (2017), Twitch Subscriben: Unterschied folgen und abonnieren?

<sup>75</sup> Vgl. Twitch (o. J.), Twitch.tv - Partners

<sup>76</sup> Vgl. noonguides (2017), Twitch Subscriben: Unterschied folgen und abonnieren?

<sup>77</sup> Vgl. Twitch (o. J.), Twitch Prime-Anleitung

<sup>78</sup> Vgl. Twitch (o. J.), Abschließen von Abonnements

<sup>79</sup> Vgl. Twitch (o. J.), Achievements

- Durchschnittlich drei Zuschauer innerhalb von 30 Tagen erreichen
- Mindestens 50 Follower haben
- Partner
  - Insgesamt 25 Stunden innerhalb von 30 Tagen streamen
  - An zwölf verschiedenen Tagen innerhalb von 30 Tagen streamen
  - Durchschnittlich 75 Zuschauer innerhalb von 30 Tagen erreichen

Neben der Möglichkeit mit den Abos Geld zu verdienen, erhalten die Streamer, welche am Affiliate-<sup>80</sup> oder Partner-Programm<sup>81</sup> teilnehmen, einen Anteil der Werbeeinnahmen, welche durch die Werbeanzeigen generiert werden.

Eine weitere Verdienstmöglichkeit für den Affiliate oder Partner bieten die Bits und Cheers. Bei den Bits handelt es sich um animierte Emoticons, welche über Amazon oder PayPal erworben werden können. Cheers sind wiederum hervorgehobene Chatnachrichten im Livestream. In diesen Chatnachrichten sind die Bits enthalten. Die Partner und Affiliates erhalten 1 Cent pro Bit, welcher zum cheeren verwendet wird.<sup>82</sup>

Wegen seiner Beliebtheit bei den 16- bis 34-Jährigen<sup>83</sup> ist Twitch mittlerweile eine ernstzunehmende Anlaufstelle für Marketer. Laut Burkhard Leimbrock, Chef von Twitch Deutschland, würden die Unternehmen Menschen erreichen, die nur im Internet angebotene Inhalte konsumieren und das klassische Fernsehen kaum oder gar nicht mehr nutzen.<sup>84</sup> Zwei Drittel der weltweiten Nutzer auf Twitch sind männlich.<sup>85</sup> Durch diese genaue Erfassung der Nutzer und der zahlreichen Kategorien<sup>86</sup>, welche Twitch anbietet, ist es möglich eine genaue Zielgruppe zu bestimmen und anzusprechen.

### 2.3.1.2 Mixer

Im Jahr 2016 hat Microsoft die Livestreaming-Plattform „Beam“ gekauft und ein Jahr später in „Mixer“ umbenannt.<sup>87</sup> Als „New Player“ auf dem Markt sind viele Funktionen ähnlich zu denen von Twitch und YouTube. Mixer hat ebenfalls die Möglichkeit einem Stream kostenlos zu folgen oder ein kostenpflichtiges

---

<sup>80</sup> Vgl. Twitch (o. J.), Am Affiliate-Programm teilnehmen

<sup>81</sup> Vgl. Twitch (o. J.), Twitch.tv - Partners

<sup>82</sup> Vgl. Twitch (o. J.), Leitfaden zu Cheering mit Bits

<sup>83</sup> s. Anhang 2; S. XCIII

<sup>84</sup> Vgl. Erichsen (2018), Umsatzbringer Twitch: Das Gaming-Portal als Geheimtipp für Marketer | t3n – digital pioneers

<sup>85</sup> Vgl. agof (2020), Anzahl der Unique User von Twitch.tv von Mai 2018 bis März 2020

<sup>86</sup> Vgl. IONOS (2018), Was ist Twitch? TV für die Gaming-Szene! - IONOS

<sup>87</sup> Vgl. Heister (2019), Mixer: Alles, was ihr über den Game-Livestreaming-Dienst wissen müsst

Abonnement abzuschließen.<sup>88</sup> Ein Abonnement auf Mixer kostet 7,99 US-Dollar pro Monat.<sup>89</sup>

Mixer belohnt seine Zuschauer, in dem sie durch den Konsum der Streams sogenannte Erfahrungspunkte (EXP) und „Sparks“ erhalten. Das Streamingportal hat hierfür ein Levelsystem entwickelt, mit dem die Nutzer durch die gesammelten EXP an Leveln steigen können und dadurch Zugang zu verschiedenen Emotes und neuen Fähigkeiten bekommen. Mit den „Sparks“ gibt es eine hauseigene Währung, die für interaktive Effekte ausgegeben wird.<sup>90</sup> Mit diesen ist es beispielsweise möglich in den Stream direkt einzugreifen und verschiedene Events auszulösen.<sup>91</sup>

Damit diese direkte Interaktion mit dem Stream möglich ist, ist die Latenz ein entscheidender Faktor. Die Latenz sagt aus, wie groß die Verzögerung zwischen der Übertragung ist und dem was die Zuschauer sehen.

## Hohe Latenz:



## Niedrige Latenz:



**Abbildung 9: Latenzvergleich** <sup>92</sup>

Bei einem Livestream schickt der Streamer seine Bildinformationen an die Streamingplattform. Bei einer hohen Latenz werden diese Bildinformationen etwas länger bearbeitet als bei einer niedrigen Latenz. Das bedeutet, dass bei den Zuschauern das Bild verzögert übertragen wird. Bei einer niedrigen Latenz werden die Bildinformationen fast in Echtzeit verarbeitet und an den Zuschauer übertragen. Mixer hat von den bisher präsentierten Streamingplattformen die niedrigste Latenzzeit von ein bis zwei Sekunden. Somit ist für die Zuschauer auch eine direkte Interaktion mit dem Stream möglich.<sup>93</sup>

Eine weitere Funktion, die auf Mixer zu finden ist, ist das Co-Streaming. Dadurch können bis zu vier Streamer ihre Streams zusammenlegen und dadurch einen

<sup>88</sup> Vgl. Klee (2019), Mixer & Twitch im Vergleich: Das sind die größten Unterschiede

<sup>89</sup> Vgl. Heister (2019), Mixer: Alles, was ihr über den Game-Livestreaming-Dienst wissen müsst

<sup>90</sup> Vgl. Klee (2019), Mixer & Twitch im Vergleich: Das sind die größten Unterschiede

<sup>91</sup> Vgl. Mixer (o. J.), What are Sparks and How do I use them? – Mixer

<sup>92</sup> Vgl. Klee (2019), Mixer & Twitch im Vergleich: Das sind die größten Unterschiede

<sup>93</sup> Vgl. Klee (2019), Mixer & Twitch im Vergleich: Das sind die größten Unterschiede

Stream erstellen, in dem alle Sichten zu sehen sind. Gerade für Multiplayerspiele ist diese Funktion sehr interessant, da die Zuschauer in der Lage sind ohne großen Aufwand das gesamte Spielgeschehen überblicken zu können.<sup>94</sup>

Wie interessant ist jedoch Mixer für die Werbeindustrie? Das Marktforschungsunternehmen Arsenal hat sich in Zusammenarbeit mit StreamElements mit der Frage nach dem jeweiligen Marktanteil der unterschiedlichen Streamingplattformen beschäftigt. Sie kamen zu dem Schluss, dass Twitch mit 73 % den größten Anteil hat. YouTube Gaming<sup>95</sup> lag bei der Untersuchung bei 21 %. Den kleinsten Anteil machte dabei Mixer aus. Die Streamingplattform von Microsoft konnte nur drei Prozent des Marktes für sich beanspruchen. Trotz des geringen Anteils konnte Mixer ein kleines Wachstum von zwei Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen.<sup>96 97</sup>

Für das Marketing ist Mixer dennoch eine Möglichkeit um gezielt eine bestimmte Zielgruppe anzusprechen. Immerhin verzeichnet die Plattform monatlich 30 Millionen aktive Nutzer.<sup>98</sup> Von den Zahlen her ist Mixer weit hinter YouTube und Twitch, bietet jedoch für Streamer, die gerade mit dem Streamen anfangen möchten, eine ideale Plattform. Gerade weil die Streamingplattform von Microsoft nicht die Größe von Twitch besitzt, ist für neue Streamer die Wahrscheinlichkeit entdeckt zu werden, größer als bei den anderen Plattformen.

Überraschenderweise hat Microsoft am 22. Juni 2020 angekündigt, dass Mixer zum 22. Juli 2020 eingestellt werden soll. Der Grund für diese Entscheidung ist, dass die Entwicklung nicht dem entsprach, was sich erhofft wurde. Im Vergleich zu Twitch, YouTube Gaming und Facebook Gaming sind die Zuschauerzahlen von Mixer nicht gewachsen. Aus diesem Grund wurde beschlossen, dass die gesamte Mixer-Community zu Facebook Gaming wechseln soll. Facebook Gaming hat im Vergleich zu allen anderen Streamingplattformen das größte Wachstum hingelegt. Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Zeit der geschauten Streams auf der Plattform um 238% erhöht.<sup>99</sup> Dadurch soll vor allem der hauseigene Streamingdienst „xCloud“, von Microsoft, einem großen Publikum

---

<sup>94</sup> Vgl. Fries (2019), Mixer-Stream: Welche Unterschiede gibt es zu Twitch?

<sup>95</sup> YouTube Gaming ist die Livestreaming-Kategorie von YouTube

<sup>96</sup> Vgl. Yosilewitz (2019), State of the Stream 2019: Platform Wars, the New King of Streaming, Most Watched Game and More!

<sup>97</sup> s. Anhang 3; S. XCIV

<sup>98</sup> Vgl. Mediakix (2020), 13 Top Mixer Stats Marketers Need to Know in 2019

<sup>99</sup> Vgl. Warren (2020), Microsoft is shutting down Mixer and partnering with Facebook Gaming - The Verge

nähergebracht werden.<sup>100</sup> Mit „xCloud“ ist es möglich Videospiele von einem Server direkt auf das Smartphone zu streamen und zu spielen.<sup>101</sup>

---

<sup>100</sup> Vgl. Schuhmann (2020), Microsoft schließt Mixer, wird Partner von Facebook

<sup>101</sup> Vgl. Xbox (o. j.), Project xCloud (Preview) | Xbox

### 3 Medienkonsumverhalten

In diesem Kapitel geht es um das Konsumverhalten der deutschen Bevölkerung. Es wird betrachtet wie sich die Konsumierung der Medien in den letzten 20 Jahren verändert hat. Dabei wird vor allem das klassische Fernsehen mit dem Internet verglichen. Sätze wie: „Das Fernsehen ist tot“ oder „Ich schaue sowieso kein Fernsehen mehr“, sind geläufige Floskeln insbesondere der jüngeren Generationen. Die Frage ist jedoch, wie „tot“ ist das Fernsehen wirklich? Durch verschiedene Marktstudien ist es möglich zu erkennen, wie oft noch ferngesehen wird und welche Personengruppe das Fernsehen im klassischen Sinne nutzt. Außerdem werden die beliebten Formate im TV und im Netz dargestellt und erläutert.

#### 3.1 Veränderung des Konsumverhaltens

Unsere Welt befindet sich in einem stetigen Wandel. Neue Technologien betreten den Markt und eröffnen den Menschen neue Möglichkeiten. So ist es auch mit den Medien, welche wir täglich nutzen. Schauen wir auf die letzten 20 Jahre zurück, sehen wir eine große Entwicklung und Veränderung unseres Konsumverhaltens. Durch Erfindungen wie Smartphone, Tablet oder Smart-TV und einem stetigen Netzausbau, wurde die Bevölkerung in die Lage versetzt, selbst zu entscheiden was sie konsumieren möchte. Im Laufe der Zeit sind die Preise für diese Technologien erschwinglich geworden und fast jeder kann sie nutzen. Laut einer Studie der VuMA<sup>102</sup> aus dem Jahr 2019 haben über 90 % der 14- bis 59-Jährigen Bürger in Deutschland ein Smartphone oder Mobiltelefon<sup>103</sup>.

##### 3.1.1 Fernsehen und Internet

Schauen wir auf das Jahr 2007 zurück. In diesem Jahr betrat Steve Jobs die Bühne und präsentierte eine Revolution auf dem Handymarkt.<sup>104</sup> Das *iPhone* wurde zu einem Synonym für mobiles Internet und hat das Design zukünftiger Smartphones stark beeinflusst. In dieser Zeit der Ankündigung hatten 81,8 % der deutschen Haushalte mindestens ein Mobiltelefon. 2019 waren es bereits 97 % der Haushalte, die ein Mobiltelefon besitzen. Vor 20 Jahren war das Handy in

---

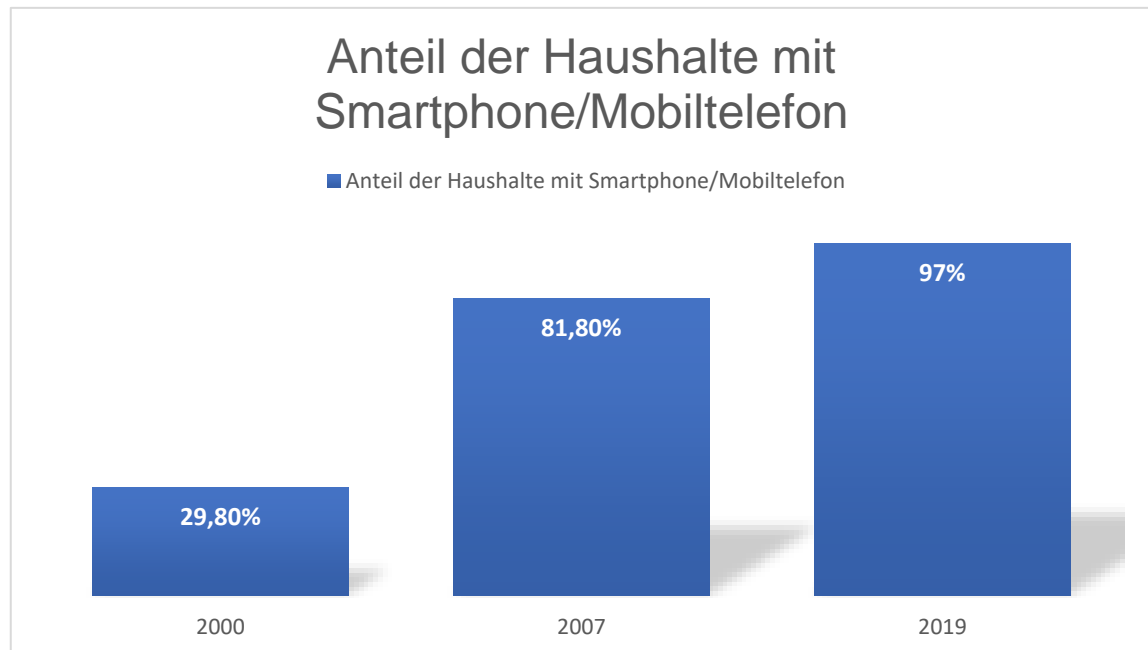
<sup>102</sup> Arbeitsgemeinschaft Verbrauchs- und Medienanalyse

<sup>103</sup> Vgl. VuMA (2019), Smartphones/Handys - Penetrationsrate in Deutschland nach Altersgruppe 2019 | Statista

<sup>104</sup> Vgl. Beuth (2017), 10 Jahre iPhone: "Wir nennen es iPhone" | ZEIT ONLINE



Deutschland noch nicht so verbreitet. Da waren es gerade mal 29,8 % der Haushalte, die ein Mobiltelefon besaßen.<sup>105</sup>



**Abbildung 10: Anteil der Haushalte mit Smartphone/Mobiltelefon**

Im Jahr 2000 sah die Internetnutzung in Deutschland noch ganz anders aus als heutzutage. Damals war das Internet für die meisten Menschen absolutes Neuland, mit dem nichts anzufangen war. Das lag jedoch nicht daran, dass die Menschen nicht in der Lage waren ins Internet zu gehen, sondern es war ihnen einfach noch zu teuer und sie sahen keinen persönlichen Mehrwert darin. 76 % der deutschen Bevölkerung hatte bereits damals die Möglichkeit sich ins Internet einzuwählen. Doch nicht einmal ein Drittel der Deutschen hatten einen Onlinezugang. Genauer gesagt waren es 28,6 % der Bundesbürger, die im Internet aktiv waren.<sup>106</sup> Mittlerweile ist der Anteil an Internetnutzern in Deutschland auf 86 % angestiegen.<sup>107</sup>

Damals war Fernsehen noch das Hauptmedium, welches konsumiert wurde. Die durchschnittliche tägliche Fernsehdauer betrug im Jahr 2000 190 Minuten.<sup>108</sup> Im Vergleich dazu hatte das Internet nur einen kleinen Anteil am Leben der deutschen Bevölkerung. Im Durchschnitt wurde nur 17 Minuten am Tag im

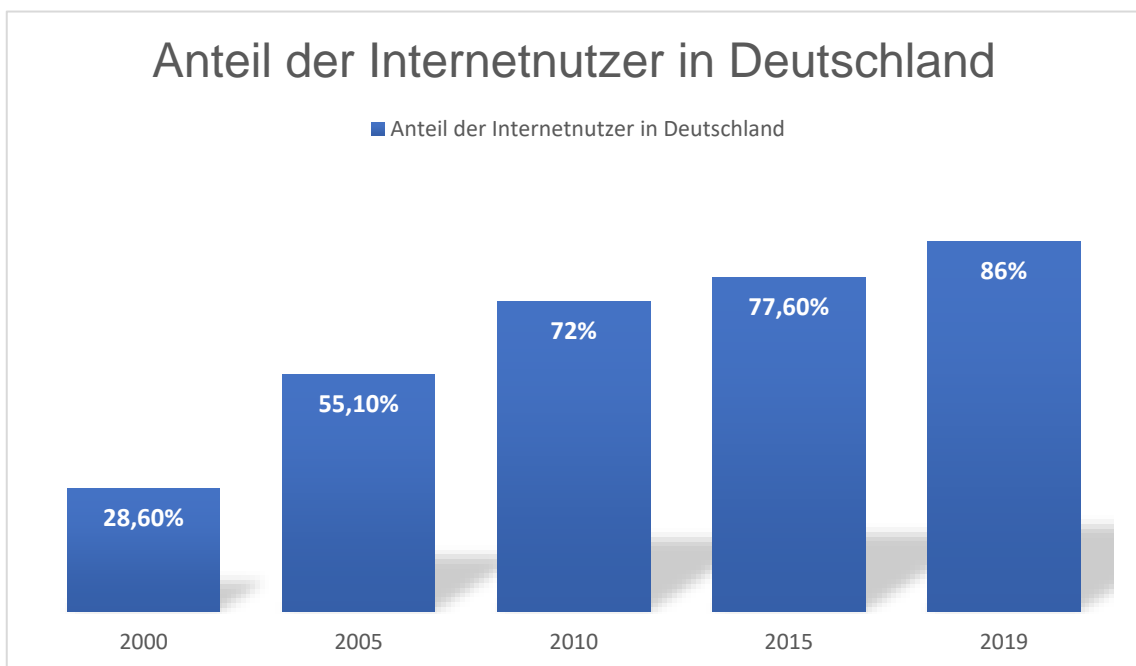
<sup>105</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt (2019), Anteil der privaten Haushalte in Deutschland mit einem Mobiltelefon von 2000 bis 2019

<sup>106</sup> Vgl. van Eimeren, Gerhard (2000), ARD/ZDF-Online-Studie 2000: Gebrauchswert entscheidet über Internetnutzung; S.1 f.

<sup>107</sup> Vgl. Initiative D21 (2020), Anteil der Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 2001 bis 2019

<sup>108</sup> Vgl. AGF (2020), Durchschnittliche tägliche Fernsehdauer in Deutschland in den Jahren 1997 bis 2019 (in Minuten)

Internet gesurft. Im Jahre 2010 waren es bereits 77 Minuten.<sup>109</sup> Im Laufe der Zeit hat sich die Dauer der Internetnutzung enorm erhöht. Die Deutschen verbrachten täglich 182 Minuten im Internet. Dabei werden alle Aktivitäten berücksichtigt, welche einen Onlinezugang voraussetzen. Bei Nutzern unter 30 Jahren war die Nutzungsdauer sogar noch höher, genauer gesagt doppelt so hoch. Hier lag die im Internet verbrachte Zeit bei 366 Minuten pro Tag.<sup>110</sup> Obwohl das Internet eine starke Entwicklung durchgemacht hat, konnte das Fernsehen ebenfalls einen Anstieg der Sehdauer verzeichnen. 2011 hatte die durchschnittliche tägliche Fernsehdauer ihren Höhepunkt mit 225 Minuten. In den Folgejahren sank sie jedoch auf 211 Minuten pro Tag.<sup>111</sup> Wobei hier anzumerken ist, dass 14- bis 29-Jährige im Jahr 2019 nur noch 82 Minuten täglich Fernsehen konsumieren.<sup>112</sup>



**Abbildung 11: Anteil der Internetnutzer in Deutschland** <sup>113</sup>

Doch wie verhält es sich mit dem Fernsehen im Internet? Obwohl die Leistung des Internets über die Jahre hinweg immer besser und auch das Onlineangebot der Fernsehsender größer wurde, haben noch nicht so viele Menschen das Live-Fernsehen im Internet für sich gewonnen. Gerade einmal 13 % der Bundesbürger schauen sich mindestens einmal die Woche eine Sendung Live über das Internet

<sup>109</sup> Vgl. ARD & ZDF (2018), Entwicklung der durchschnittlichen täglichen Nutzungsdauer des Internets in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2018

<sup>110</sup> Vgl. ARD & ZDF Onlinestudie (2019), Infografik | ARD/ZDF-Forschungskommission

<sup>111</sup> Vgl. AGF (2020), Durchschnittliche tägliche Fernsehdauer in Deutschland in den Jahren 1997 bis 2019 (in Minuten)

<sup>112</sup> Vgl. AGF (2020), Durchschnittliche tägliche Fernsehdauer in Deutschland nach Altersgruppen in den Jahren 2018 und 2019

<sup>113</sup> Vgl. Initiative D21 (2020), Anteil der Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 2001 bis 2019

an. Der Grund für diese geringe Anzahl ist, dass nicht jeder genau zur Ausstrahlung Zeit hat, diese anzuschauen. Deswegen ist der Anteil der Personen, die TV-Sendungen zeitversetzt im Internet schauen, fast dreimal so hoch. Genauer gesagt liegt dieser Anteil bei 35 %. Der Konsumtrend tendiert mehr in Richtung der eigenen Bestimmung des Programms.<sup>114</sup>

Zeit ist heutzutage ein kostbares Gut und möchte sinnvoll genutzt werden.<sup>115</sup> Niemand möchte seine geringe Zeit für Sendungen opfern, die einem nicht zu hundert Prozent gefallen oder durch Werbeunterbrechungen gestört werden. Dieses Bedürfnis haben Unternehmen wie Netflix und Co. erkannt und haben ihre Videostreamingangebote enorm erhöht. Eigene hochwertige Produktionen sollen den Kunden dazu bringen, ein Abonnement bei dem jeweiligen Streaminganbieter abzuschließen. Bisher haben etwa die Hälfte aller Haushalte in Deutschland ein Abo bei mindestens einem Streaminganbieter.<sup>116</sup>

### 3.1.2 Damalige Nutzung der Medien

Doch für was werden die verschiedenen Medien genutzt? Das Fernsehen wurde im Jahre 2000 als Allroundmedium wahrgenommen. Die Menschen konsumierten im TV nicht nur informative, sondern auch unterhaltende Formate. Die Bedürfnisse nach Emotionen und Unterhaltung wurde vom Fernsehen eher bedient als vom Internet. Dieses wurde von den Menschen eher als Informationsquelle und Kommunikationsmittel gesehen. Das Internet wurde meistens – Jugendliche bildeten hier die Ausnahme – nur funktional-pragmatisch genutzt. Internetnutzer haben sich über aktuelle Weltereignisse, Wetter, Verkehrsbedingungen und andere Informationen zu bestimmten Themen informiert. Der unterhaltende Aspekt war für die meisten unwichtig.<sup>117</sup> Über die Jahre hinweg hat sich an dieser Tatsache kaum etwas verändert. 2019 nutzen 89 % der Internetnutzer in Deutschland das Internet, um sich Informationen über Produkte oder Dienstleistungen zu informieren oder E-Mails zu verschicken oder zu empfangen.<sup>118</sup>

Die Menschen hatten genaue Erwartungen an den Nutzen des Internets. Es war für sie, wie bereits erwähnt, ein Hilfsmittel, um an Informationen zu gelangen. Der aufkommende E-Commerce wurde für viele sehr interessant, weshalb

---

<sup>114</sup> Vgl. ARD & ZDF Onlinestudie (2019), Infografik | ARD/ZDF-Forschungskommission

<sup>115</sup> Vgl. Bethke (2016), Menschen haben immer weniger Zeit in modernen Gesellschaften

<sup>116</sup> Vgl. Knieps (2019), Video-Streaming: Das sind die beliebtesten Anbieter der Deutschen

<sup>117</sup> Vgl. van Eimeren, Gerhard (2000), ARD/ZDF-Online-Studie 2000: Gebrauchswert entscheidet über Internetnutzung; S. 5, S.12

<sup>118</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt (2020), Anteil der Internetnutzer in Deutschland, die das Internet für folgende Aktivitäten\* nutzen, im Jahr 2019

Onlinekäufe auch zunehmen.<sup>119</sup> Außerdem war die Kommunikation über E-Mails ein Hauptgrund, sich einen Internetanschluss anzuschaffen. Laut der *ARD/ZDF Onlinestudie 2000* haben 82 % der Internetnutzer mindestens einmal die Woche E-Mails empfangen oder versendet.<sup>120</sup>

Bereits damals haben einige Fernseh- und Radiosender ihre Angebote ins Netz gestellt. Es war möglich, Sendungen als Video-on-Demand (VoD) im Nachhinein anzuschauen oder als Liveübertragung zu verfolgen. Was heute für viele alltäglich und durch die enormen Mediatheken der TV- und Radiosender sehr einfach und einladend ist,<sup>121</sup> haben die Internetnutzer im Jahr 2000 nur selten auf die Mediatheken zurückgegriffen. Ein Fünftel der Nutzer haben damals mindestens einmal eine Übertragung Live im Internet verfolgt.<sup>122</sup> Erst über die Jahre hinweg konnten sich die Internetnutzer mit dem Live- oder zeitversetzten Fernsehen anfreunden. Im Jahre 2010 nutzten gerade einmal acht Prozent der Onlinenutzer mindestens einmal die Woche die Möglichkeit Sendungen zeitversetzt im Internet anzuschauen. Nur fünf Prozent der Nutzer haben mindestens einmal pro Woche eine Sendung live im Internet verfolgt.<sup>123</sup> Zum Zeitpunkt 2018 sind die Werte enorm angestiegen. Knapp ein Drittel der Deutschen schaute mindestens selten live im Internet fernsehen und 44 % haben sich Online die Sendungen zeitversetzt angeschaut.<sup>124</sup>

Für Unternehmen war es dennoch wichtig im Internet präsent zu sein. Onlinenutzer verwendeten das Internetangebot der Unternehmen, um Informationen zu Produkten oder Programmen zu finden. Es hatte sich gezeigt, dass Fernsehsendungen von der Tatsache profitiert haben, dass Nutzer sich im Internet mehr über die Sendung informieren und dadurch einen persönlichen Mehrwert für die Sendung schaffen konnten. Über das Internet wurden die Nutzer ebenfalls auf neue Sender aufmerksam und durch mögliche Kontakte zu Produzenten wurde das Interesse an Sendungen erhöht. Durch die

---

<sup>119</sup> Vgl. van Eimeren, Gerhard (2000), *ARD/ZDF-Online-Studie 2000: Gebrauchswert entscheidet über Internetnutzung*; S. 4

<sup>120</sup> Vgl. van Eimeren, Gerhard (2000), *ARD/ZDF-Online-Studie 2000: Gebrauchswert entscheidet über Internetnutzung*; S. 4

<sup>121</sup> Vgl. ARD & ZDF (2018), *Anteil der Deutschen, die zumindest gelegentlich Fernsehsendungen über das Internet schauen in den Jahren 2011 bis 2018*

<sup>122</sup> Vgl. van Eimeren, Gerhard (2000), *ARD/ZDF-Online-Studie 2000: Gebrauchswert entscheidet über Internetnutzung*; S. 10

<sup>123</sup> Vgl. van Eimeren, Frees (2010), *ARD/ZDF-Onlinestudie 2010: Fast 50 Millionen Deutsche online – Multimedia für alle?*; S. 16

<sup>124</sup> Vgl. ARD & ZDF (2018), *Anteil der Deutschen, die zumindest gelegentlich Fernsehsendungen über das Internet schauen in den Jahren 2011 bis 2018*

Untersuchungen war zu erkennen, dass sich die Online- und Offlinemedien gegenseitig ergänzten und nicht verdrängten.<sup>125</sup>

### 3.1.3 Das Smartphone verändert das Verhalten

Aufgrund des aufstrebenden Smartphone-Marktes wurde das mobile Internet für die Menschen in Deutschland immer wichtiger. Die Verbreitung von mobilen Endgeräten und eine ständig wachsende sowie bessere Netzabdeckung sorgte dafür jederzeit und überall online zu sein. Die Menschen waren nun in der Lage sich ständig über aktuelle Geschehnisse zu informieren oder sich über diverse Messenger-Dienste mit Freunden auszutauschen. Ein weiterer Grund für die zunehmende Anzahl an mobilen Internetnutzern sind die niedrigen Mobilfunkpreise. Nicht nur, dass die Mobilfunktarifpreise gefallen sind, nein, auch die Tarife an sich wurden für die Menschen attraktiver.

Die mittlerweile schon fast zum Standard gewordenen Allnet-Flat-Verträge, mit denen die Kosten für alle Inlandstelefonate gedeckt sind, gab es früher kaum bis gar nicht. Bei der Einführung der Allnet-Flat in Deutschland im Jahre 2007 mussten die Nutzer einer solchen Flatrate etwa 90 Euro im Monat aufwenden.<sup>126</sup> Eine SMS- oder Internet-Flat war da noch nicht einmal enthalten oder vorhanden. Wollten die Mobilfunknutzer eine SMS versenden oder unterwegs im Internet surfen, kamen zusätzliche Kosten hinzu. In den darauffolgenden Jahren wurden die Tarife, wie bereits erwähnt, günstiger und vielfältiger. Viele Anbieter haben zusätzlich zur unbegrenzten Telefonie auch eine SMS-Flat eingeführt. Außerdem wurde noch ein kostenloser mobiler Internetzugang angeboten. Das wurde unter anderem durch den Ausbau des Mobilfunknetzes ermöglicht. Die Mobilfunkanbieter behaupten zwar, dass sie über 90 % der Fläche in Deutschland abdecken würden, doch eine neue Studie hat belegt, dass erst 65,5 % der Fläche in Deutschland abgedeckt wird.<sup>127</sup> Die Käufer eines Mobilfunkvertrags erhalten jeden Monat, ein im Vertrag vorgegebenes Datenvolumen, mit dem sie im LTE-Netz<sup>128</sup> surfen können. Das Datenvolumen variiert je nach Anbieter und Vertrag. Ist dieses Datenvolumen verbraucht, surft der Kunde nur noch mit niedriger Geschwindigkeit.

Genau aus dem Grund, ständig und überall online zu sein, hat sich das Smartphone zum beliebtesten Medium für den Medienkonsum entwickelt. 2019

---

<sup>125</sup> Vgl. van Eimeren, Gerhard (2000), ARD/ZDF-Online-Studie 2000: Gebrauchswert entscheidet über Internetnutzung; S. 11 f.

<sup>126</sup> Vgl. Ihlenfeld (2007), Base 5: Handy-Flatrate in alle deutschen Netze - Golem.de

<sup>127</sup> Vgl. Heeg (2019), Netzabdeckung: Deutschland im 4G-Mobilfunk weltweit auf Platz 70

<sup>128</sup> Vgl. Düsterhöft (2020), Was ist LTE? Geschwindigkeit, Verfügbarkeit & Netzabdeckung - Finanztip

lag es bei 89 %, knapp über dem Fernsehgerät, welches 88 % erzielte. Fünf Jahre zuvor erreichte das Smartphone gerade mal 59 %.<sup>129</sup> In Deutschland ist der Anteil an mobilen Internetnutzern über die Jahre auf 74 % angestiegen.<sup>130</sup>

Nachrichten, Videos oder E-Mails werden schnell an der Bushaltestelle aufgerufen. Auf dem Weg zur Arbeit, ob im Auto, Bus oder Zug, wird die neueste Musik, ein Podcast oder Hörbuch gehört. Durch das Universalmedium Smartphone ist das mittlerweile ohne Probleme möglich. Es ist zu erkennen, dass sich das Konsumverhalten der Deutschen immer mehr in Richtung online bewegt. Die tägliche, mediale Nutzung des Internets liegt mittlerweile bei 41 %.<sup>131</sup>

### 3.1.4 Konsumverhalten von Jugendlichen

Für Kinder und Jugendliche zwischen zwölf und 19 Jahren war im Jahr 2000 das Fernsehen die größte mediale Freizeitaktivität, welche täglich oder mehrmals die Woche genutzt wurde. Mit 93 % war es knapp über dem Hören von CDs oder Musikkassetten (92 %). Der Computer stand mit 60 % bei den Kindern und Jugendlichen an vierter Stelle.<sup>132</sup>

Bereits sieben Jahre später sieht das Konsumverhalten von Jugendlichen etwas anders aus. Nach wie vor nutzten Jugendliche am häufigsten den Fernseher. Genauer gesagt waren es 92 %. Der Computer hat es über die Jahre hinweg auf den zweiten Platz geschafft. Dieser wurde nun von 84 % mindestens mehrmals die Woche genutzt. Doch neue Medien haben sich ebenfalls in den oberen Plätzen der Freizeitmedien eingenistet. MP3s (82 %), Handy (82 %) und das Internet (77 %) wurden für viele Jugendliche immer interessanter. Das Hören von Musik über CDs, Kassetten (75 %) oder Radio (74 %) war jedoch immer noch ein wichtiger Bestandteil der Freizeitbeschäftigung.<sup>133</sup> Es ist nicht verwunderlich, dass sich die Medienbeschäftigung in der Freizeit über die Jahre erneut verändert hat. Kinder und Jugendliche wachsen mit den neuen Medien auf und können mit diesen besser umgehen. Smartphones und Co. gehören zum Alltag der jungen Generation dazu. Weil sie seit der Geburt von den neuen Medien umgeben sind, haben sie keine Berührungsängste und sind den neuen Techniken zum größten

---

<sup>129</sup> Vgl. SevenOne Media (2019), Welche der folgenden Geräte nutzen Sie persönlich für Ihren Medienkonsum?

<sup>130</sup> Vgl. Initiative D21 (2020), Anteil der mobilen Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 2015 bis 2019

<sup>131</sup> Vgl. Beisch, Koch, Schäfer (2019), ARD/ZDF-Onlinestudie 2019: Mediale Internet-nutzung und Video-on-Demand gewinnen weiter an Bedeutung; S. 5

<sup>132</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2000), JIM 2000: Jugend, Information, (Multi-)Media; S. 11

<sup>133</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2007), JIM 2007: Jugend, Information, (Multi-)Media; S. 14

Teil aufgeschlossen. Das ist daran sichtbar, dass fast 90 % der Jugendlichen im Jahre 2015 täglich ein Smartphone nutzten. An zweiter Stelle befand sich das Internet, welches von 80 % täglich genutzt wurde. Nur noch die Hälfte der Jugendliche gaben an, dass sie täglich fernsehen würden.<sup>134</sup> Das Internet ist mit seinem breiten Angebot sehr viel interessanter und bequemer als das Fernsehen.

Das Internet wird sehr oft im Zusammenspiel mit dem Smartphone genutzt. Das mobile Allroundgerät ist auch im Jahre 2019 die unangefochtene Nummer Eins bei den zwölf- bis 19-Jährigen. Fast jeder Jugendliche (93 %) besitzt ein eigenes Smartphone. Außerdem haben 65 % aller Jugendlichen in Deutschland einen eigenen PC oder Laptop. Wie in den Jahren davor verfügen nur die Hälfte der Jugendlichen über einen eigenen Fernseher. Zu erkennen ist, dass der Besitz an Streaming-Boxen<sup>135</sup> (Geräte, die zum Streamen, an das Fernsehgerät angeschlossen werden) und digitalen Sprachassistenten mit einem Zehntel, im Vergleich zum Vorjahr, etwas zugenommen hat. So gut wie jeder Haushalt (98 %) besitzt heutzutage einen WLAN-Zugang. Dadurch ist es nicht verwunderlich, dass das Internet mit 89 % und das Smartphone mit 92 % eine große Rolle in der täglichen medialen Freizeitbeschäftigung spielen. Weniger als die Hälfte (45 %) aller Jugendlichen schauen noch täglich Fernsehen. Das liegt unter anderem daran, dass rund drei Viertel der Haushalte ein Abonnement bei einem der vielen Videostreamingdiensten besitzt. Dadurch sind Jugendliche in der Lage selbst zu entscheiden, was und vor allem wann sie etwas schauen möchten.<sup>136</sup>

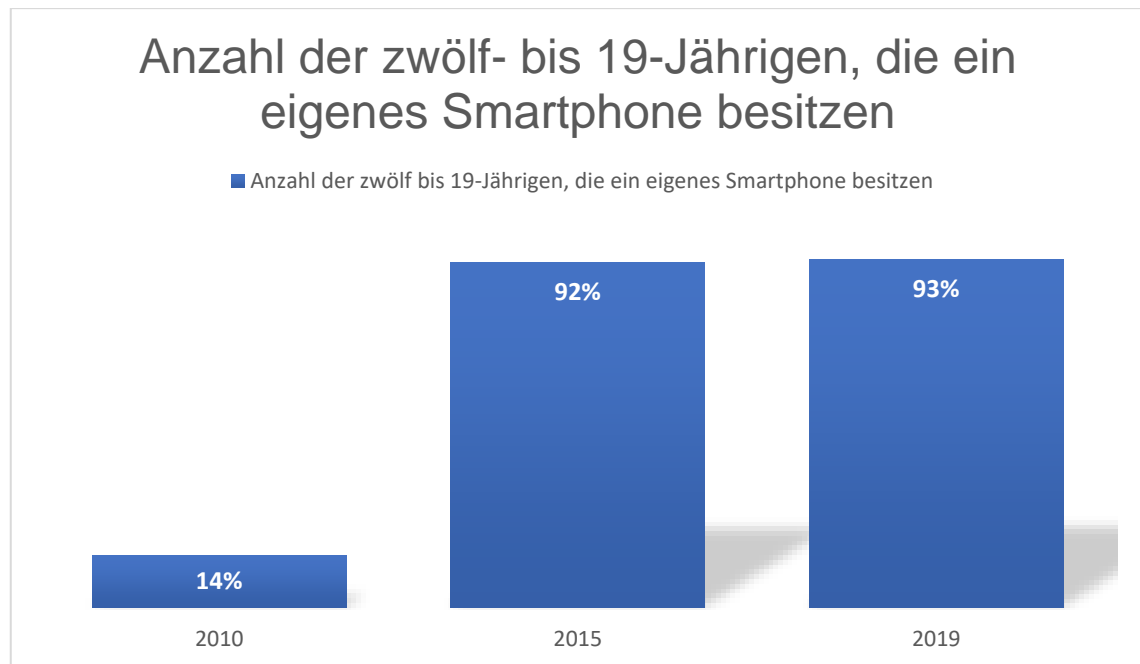
---

<sup>134</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2015), JIM 2015: Jugend, Information, (Multi-) Media; S. 13

<sup>135</sup> Vgl. Hanraths (o. j.), So funktionieren Streamingboxen: Kleine Kästen fürs Heimkino

<sup>136</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2019), JIM-Studie 2019: Jugend, Information, Medien; S. 9, S. 14, S. 54





**Abbildung 12: Anzahl der zwölf- bis 19-Jährigen, die ein eigenes Smartphone besitzen**

### 3.1.5 Veränderung der Printmedien

Doch wie sieht es mit den Offlinemedien wie Zeitung, Zeitschriften und Büchern aus? Wie hat sich das Konsumverhalten mit den „alten“ Medien über die Jahrzehnte hinweg entwickelt?

Durch die Erfindung des modernen Buchdrucks von Johannes Gutenberg im 15. Jahrhundert<sup>137</sup> war es möglich, Zeitungen, Bücher und andere Printmedien schnell und einfach in großen Auflagen zu vervielfältigen. Dadurch wurde das Printmedium für die breite Bevölkerung zugänglich. Immer mehr Menschen begannen zu lesen. Ende des 19. Jahrhunderts und Anfang des 20. Jahrhunderts war die Zeitung das Hauptmedium, um sich über Geschehnisse im ganzen Land zu informieren. Denn das Fernsehen wurde erst ab 1935 interessant,<sup>138</sup> da ab diesem Zeitpunkt ein regelmäßiger Programmdienst im Fernseher zu sehen war. Doch selbst mit der Einführung neuer, elektronischer Medien wurden die Printmedien dennoch genutzt. Zur Jahrtausendwende haben in Deutschland über 77,3 % der Bundesbürger regelmäßig eine Zeitung gelesen. Bei den 14- bis 29-Jährigen lag der Anteil nur bei 55,8 %.<sup>139</sup> Auch wenn der Anteil der Leser etwas abgenommen hat, waren es im Jahre 2010 immer noch 71,4 % der

<sup>137</sup> Vgl. BR (2018), Johannes Gutenberg: Der geheimnisvolle Erfinder des Buchdrucks | BR Wissen

<sup>138</sup> Vgl. Wissenschaft im Dialog (2008), Wann wurde der Fernseher erfunden? | Wissenschaft im Dialog

<sup>139</sup> Vgl. Pasquay (2002), Zeitungen und ihre Leser in Stichworten



Deutschen, die regelmäßig eine Zeitung gelesen haben.<sup>140</sup> Durch die neuen Medien, welche an Bedeutung zunahmen, wurde die Zeitung immer weniger gelesen. 44,59 Millionen Deutsche haben im Jahre 2016 mehrmals wöchentlich eine Zeitung gelesen, das sind ca. 64 %. In dieser Zeit haben 5,63 Millionen Bundesbürger angegeben, noch nie eine Zeitung gelesen zu haben.<sup>141</sup> Die Menschen in Deutschland greifen immer seltener zur Zeitung, weil sie sich ihre Informationen kostenlos und vor allem sehr schnell aus dem Internet abrufen können. In puncto Aktualität können die Printmedien eben nicht mit dem Internet mithalten. Die Zahl der Zeitungsleser, die mehrmals wöchentlich zu einer Zeitung greifen, ist auf 40,25 Millionen Personen gesunken.<sup>142</sup> Auf der anderen Seite ist der Absatz an verkauften E-Paper-Auflagen über die letzten Jahre enorm gestiegen. 2005 wurden gerade einmal 21.121 Auflagen verkauft. Vierzehn Jahre später sind es ca. 1,66 Millionen verkaufte Auflagen.<sup>143</sup> Es ist demnach zu erkennen, dass die Menschen immer noch Zeitung lesen und sich über aktuelle Geschehnisse informieren möchten. Das tun sie jedoch nicht mehr über eine gedruckte Zeitung, sondern über eine digitale Ausgabe. In unserer Gesellschaft muss es heutzutage schnell gehen und keiner hat mehr Zeit zum Kiosk zu gehen und sich die aktuelle Zeitung zu kaufen. Es ist viel bequemer und schneller, diese Zeitung über das Internet zu kaufen und auf dem Smartphone zu lesen.

### 3.1.6 Zusammenfassung der Veränderung

Unser Konsumverhalten hat sich über die Jahre gewandelt und entwickelt. Bevor das Smartphone und das Internet populär wurden, haben die Offlinemedien den Markt dominiert. Das Fernsehen war das Hauptmedium schlecht hin und hat die Bedürfnisse nach Unterhaltung und Informationen gestillt.<sup>144</sup>

---

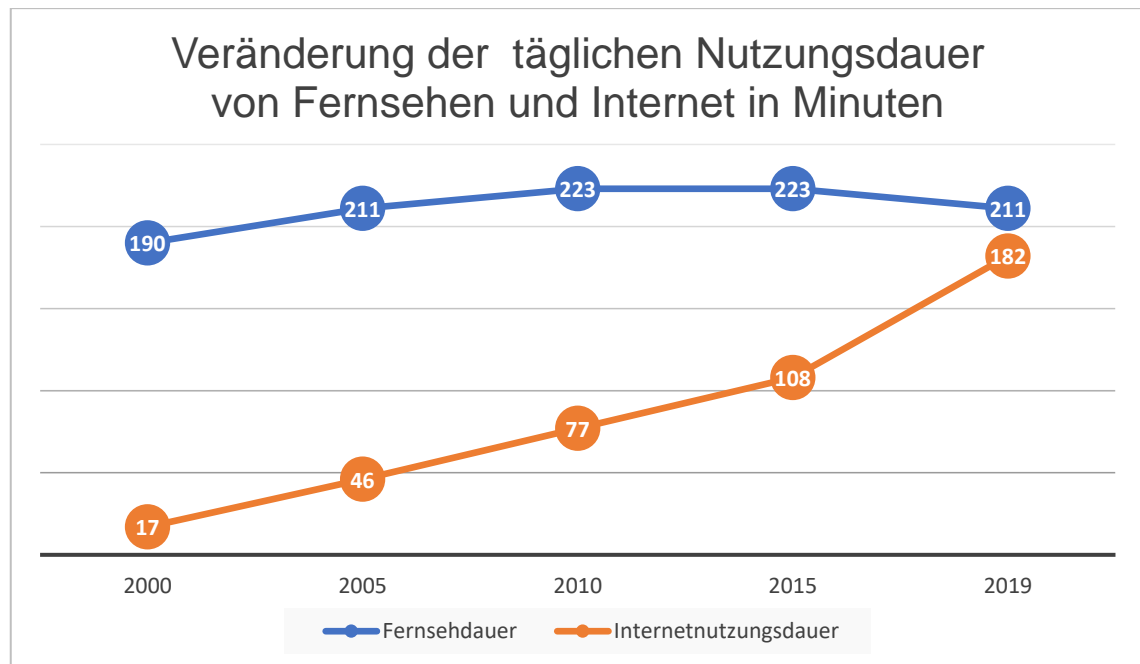
<sup>140</sup> Vgl. Pasquay (2010), Die deutsche Zeitungslandschaft

<sup>141</sup> Vgl. VuMA (2019), Bevölkerung in Deutschland nach Häufigkeit des Zeitunglesens in der Freizeit von 2016 bis 2019 (Personen in Millionen)

<sup>142</sup> Vgl. VuMA (2019), Bevölkerung in Deutschland nach Häufigkeit des Zeitunglesens in der Freizeit von 2016 bis 2019 (Personen in Millionen)

<sup>143</sup> Vgl. BDZV (2019), Verkaufte E-Paper-Auflage in Deutschland in den Jahren 2005 bis 2019

<sup>144</sup> s. Kapitel 3.1.2 Damalige Nutzung der Medien; S. 26



**Abbildung 13: Veränderung der Nutzungsdauer von Fernsehen und Internet in Minuten**

Erst nach dem die Preise für mobile Endgeräte und Verträge für mobiles Internet erschwinglich wurden, mauserte sich das Smartphone zum beliebtesten Mediengerät in Deutschland, knapp vor dem Fernsehgerät.<sup>145</sup> So gut wie jeder Haushalt besitzt im Jahre 2019 ein Handy oder Smartphone.<sup>146</sup> Selbstverständlich ist das Smartphone gerade bei Jugendlichen sehr beliebt, unter anderem weil sie mit den neuen Medien aufwachsen und diese für sie zum Alltag gehören. Mittlerweile haben über 90 % aller Jugendlichen in Deutschland ein eigenes Smartphone. Es ist ebenfalls der Trend zu erkennen, dass die Jugend nicht mehr so viel Fernsehen schaut. Im Jahre 2000 waren es noch 93 % die mindestens mehrmals die Woche ferngesehen haben. 19 Jahre später sind es nur noch 45 %, die täglich Fernsehen schauen. Diese Rückentwicklung ist unter anderem den Videostreamingdiensten geschuldet. Denn durch diese kann jeder sein Konsumverhalten selbst bestimmen und ist nicht von einem vorgegebenen Sendeplan abhängig.<sup>147</sup>

Zu Beginn der 2000er wurde die Zeitung von über vier Fünftel der Bundesbürger gelesen. Anhand der Möglichkeit sich die meisten Informationen über das Internet zu besorgen, ist die Anzahl an Zeitungslesern im Jahre 2019 auf 40,25 Millionen Personen gesunken, das sind ca. 57 % der deutschen Bevölkerung.<sup>148</sup>

<sup>145</sup> s. Kapitel 3.1.3 Das Smartphone verändert das Verhalten; S. 28 f.

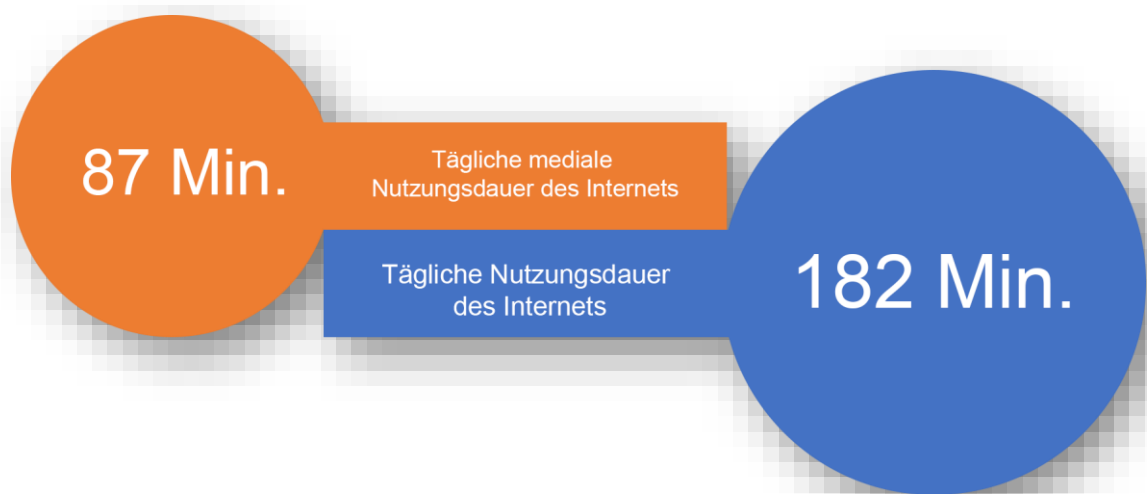
<sup>146</sup> s. Kapitel 3.1.1 Fernsehen und Internet; S. 23

<sup>147</sup> s. Kapitel 3.1.4 Konsumverhalten von Jugendlichen; S. 29 f.

<sup>148</sup> s. Kapitel 3.1.5 Veränderung der Printmedien; S. 31 f.

Doch obwohl die Anzahl an Zeitungslesern rückläufig ist, glauben einige nicht daran, dass die Printmedien in den kommenden zehn Jahren aussterben werden. Dazu wurde im Jahre 2018 eine Umfrage unter 1.000 Personen durchgeführt. 57 % der Befragten gaben, dass die Printmedien in zehn Jahren nicht vom Markt verschwunden sein werden.<sup>149</sup> Da die Verlagshäuser mitbekommen, dass die Zahl der verkauften Auflagen zurückgegangen ist,<sup>150</sup> haben sie auf diesen Negativtrend reagiert und ihre Angebote auf das Internet erweitert. Mittlerweile werden 1,66 Millionen E-Paper-Auflagen in Deutschland verkauft.<sup>151</sup>

Es ist zu erkennen, dass sich der Medienkonsum immer weiter in die Onlinewelt verlagert. Fast alle Besorgungen können heutzutage online abgewickelt werden. Auch Informationen über Produkte oder das aktuelle Weltgeschehen müssen nicht mehr aus Zeitungen oder aus dem Fernsehen gesammelt werden. Dafür reichen bereits wenige Klicks im Internet, um all diese Informationen zu bekommen. Dass die Deutschen so viel im Internet surfen, ist an der täglichen Nutzungsdauer von 3 Stunden zu erkennen. Damit sind alle Aktivitäten gemeint, die über das Internet getätigt werden. Die mediale Nutzungsdauer des Internets liegt bei 87 Minuten. Davon schauen sich die Deutschen 42 Minuten täglich Videos an.<sup>152</sup>



**Abbildung 14: Tägliche Nutzungsdauer des Internets** <sup>153</sup>

<sup>149</sup> Vgl. Horizont (2018), Wie bewerten Sie die Aussage „Printmedien sind in zehn Jahren tot“?

<sup>150</sup> Vgl. BDZV (2019), Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland in ausgewählten Jahren von 1991 bis 2019 (in Millionen Exemplaren)

<sup>151</sup> s. Kapitel 3.1.5 Veränderung der Printmedien; S. 32

<sup>152</sup> Vgl. ARD & ZDF Onlinestudie (2019), Infografik | ARD/ZDF-Forschungskommission

<sup>153</sup> Vgl. ARD & ZDF Onlinestudie (2019), Infografik | ARD/ZDF-Forschungskommission

Klassisches Fernsehen verliert, gerade bei den unter 30-Jährigen, an Bedeutung. Der Bevölkerungsteil von 14 bis 29 Jahren schaut täglich nur noch 82 Minuten Fernsehen.<sup>154</sup> Dieser Teil der Bevölkerung bevorzugt eher die Angebote der Videostreaming-Dienste. 67 % der 14- bis 29-Jährigen nutzen mindestens einmal die Woche das Angebot eines der Streaming-Anbieter.<sup>155</sup>

## 3.2 Konsumverhalten im Vergleich

In diesem Kapitel wird das Konsumverhalten von YouTube direkt und dem klassischen Fernsehen verglichen. Wie in den Kapiteln davor, werden ebenfalls die Videostreaming-Dienste als Alternativen zum Fernsehen berücksichtigt. Als Basis für diesen Vergleich werden nicht nur die vorhandenen Studien, sondern auch eine eigene durchgeführte Umfrage verwendet. Dadurch ergibt sich ein genaueres Bild über das Konsumverhalten der Bevölkerung.

YouTube war zu Beginn keine wirkliche Konkurrenz zum Fernsehen. Die anfänglichen Videos, die auf YouTube zu finden waren, konnten noch nicht mit dem Fernsehprogramm mithalten. Das Fernsehen war vielfältig und informativ. Neben Nachrichten und Dokumentationen, wurden auch Serien und Spielfilme ausgestrahlt. Die Zuschauer konnten sicher sein, dass sie unterhalten werden. Erst mit der Zeit wurde YouTube eine wirkliche Alternative zum klassischen Fernsehen. Immer mehr hochwertiger und sehenswerter Content wurde für die Videoplattform produziert und hochgeladen. Die Bevölkerung erkannte den informativen und unterhaltenden Nutzen der Plattform und verbrachte immer mehr Zeit damit Videos auf YouTube zu schauen. Im Jahre 2019 haben 40 % der Personen ab 14 Jahren mindestens einmal die Woche die Videoplattform genutzt. Bei den Personen unter 30 Jahren waren es sogar 82 %.<sup>156</sup>

### 3.2.1 Die Nutzungsdauer von YouTube und Fernsehen

Die Medien sind mit dem Alltag der Deutschen eng verflochten. Ein Leben ohne Medien ist mittlerweile kaum vorstellbar. Laut dem „Media Activity Guide 2019“ nutzen die Deutschen etwa 687 Minuten täglich die Medien. Damit sind alle Medien von Fernsehen und Kino bis hin zur SMS gemeint.<sup>157</sup> Davon verbringen Bundesbürger im Durchschnitt 236 Minuten mit Fernsehen.<sup>158</sup> Das ist eine enorme Zeit im Vergleich zur täglichen Nutzungsdauer des Internets, die bei 182

---

<sup>154</sup> s. Kapitel 3.1.1 Fernsehen und Internet; S. 25

<sup>155</sup> Vgl. ARD & ZDF Onlinestudie (2019), Infografik | ARD/ZDF-Forschungskommission

<sup>156</sup> Vgl. ARD & ZDF Onlinestudie (2019), Infografik | ARD/ZDF-Forschungskommission

<sup>157</sup> Vgl. SevenOne Media (2019), Media Activity Guide 2019; S. 8

<sup>158</sup> Vgl. SevenOne Media (2019), Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer ausgewählter Medien in Deutschland im Jahr 2019 (in Minuten)

Minuten liegt.<sup>159</sup> Laut der Studie von *SevenOne Media* verbrachten die Deutschen im ersten Quartal 2019 im Durchschnitt zwölf Minuten täglich auf YouTube.<sup>160</sup> Dieser Wert erscheint zunächst sehr gering, allerdings nutzen knapp drei Viertel der Bevölkerung die Videoplattform auch nur mindestens selten.<sup>161</sup>

Um jedoch etwas neue Zahlen zur Nutzungsdauer zu erhalten, wurde eine eigene Umfrage durchgeführt. Diese befasste sich mit dem Konsumverhalten von YouTube und Fernsehen. Diese Umfrage wurde auf verschiedenen Social-Media-Kanälen veröffentlicht und verbreitet. Die Teilnehmer mussten verschiedene Fragen zur Nutzungsdauer, Endgeräte und Formate beantworten. Außerdem wurden die Beweggründe abgefragt, warum YouTube oder Fernsehen konsumiert wird oder nicht. Über 1.100 Personen haben an dieser Umfrage teilgenommen und haben interessante Ergebnisse geliefert. Über 70 % der Teilnehmer haben angegeben, dass sie zwischen zwei und vier Stunden täglich auf YouTube verbringen. Knapp 64 % gaben an, täglich nicht mehr als eine Stunde fernzusehen.<sup>162</sup> Die Ergebnisse der Umfrage unterscheiden sich stark zu den bereits erwähnten Studien. In diesen Studien ist die Nutzungsdauer von Fernsehen immer deutlich höher als die von YouTube.<sup>163</sup> Das könnte unter anderem daran liegen, dass die selbsterstellte Umfrage auf den sozialen Medien verbreitet wurde und dadurch nur Personen erreicht, die dem Internet und vor allem YouTube aufgeschlossener sind.

In den Studien ist es jedoch auffällig, dass die Nutzungsdauer von Fernsehen immer weiter abnimmt, je jünger der Kreis der Befragten wird. So ist zu erkennen, dass die tägliche TV-Nutzungsdauer bei den Personen zwischen 14 und 69 Jahren im Durchschnitt bei 220 Minuten liegt. Durch die Änderung der Befragten auf 14- bis 49-Jährige sinkt die Spanne auf durchschnittlich 163 Minuten.<sup>164</sup> Ebenso verhält es sich mit YouTube. Die Videoplattform wird mindestens selten von 78 % der 14- bis 69-Jährigen besucht.<sup>165</sup> Wie bereits erwähnt, verbringen Deutsche zwischen 14 und 69 Jahren im Schnitt zwölf Minuten täglich auf YouTube. Ein Blick auf die Personengruppe zwischen 14 und 49 Jahren zeigt,

---

<sup>159</sup> s. Kapitel 3.1.6 Zusammenfassung der Veränderung; S. 33

<sup>160</sup> Vgl. *SevenOne Media* (2019), Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer von YouTube-Videos in Deutschland vom 1. Quartal 2016 bis 1. Quartal 2019 (in Minuten)

<sup>161</sup> Vgl. *SevenOne Media* (2019), Anteil der Befragten, die YouTube-Videos mindestens selten nutzen, in Deutschland vom 4. Quartal 2015 bis 3. Quartal 2019

<sup>162</sup> s. Anhang Konsumverhalten bei YouTube und Fernsehen; S. XCIV f., S. CXXXIX

<sup>163</sup> Vgl. *SevenOne Media* (2019), *Media Activity Guide* 2019; S. 8

<sup>164</sup> Vgl. *SevenOne Media* (2019), *Media Activity Guide* 2019; S. 11

<sup>165</sup> Vgl. *SevenOne Media* (2019), *Media Activity Guide* 2019; S. 12

dass die tägliche Nutzungsdauer auf 18 Minuten steigt. Bei den 14- bis 29-Jährigen ist es sogar eine knappe halbe Stunde.<sup>166</sup>

In Deutschland nutzen 41 % der Bevölkerung täglich das mediale Internet. Auch hier unterscheidet sich die Anzahl je nach Altersgruppe. Bei den Personen unter 30 Jahren sind es 78 %, die das Internet für den Medienkonsum nutzen. Sie machen dabei den größten Teil aus. Denn bei der Bevölkerung zwischen 30 und 49 Jahren sind es etwas weniger als die Hälfte, die täglich verschiedene Medien über das Internet konsumieren. Täglich schauen sich sieben Prozent der Deutschen Filme oder Videos auf YouTube an, die nicht von Fernsehsendern produziert werden. Diese Fernsehproduktionen werden täglich von fünf Prozent der Bevölkerung auf YouTube konsumiert. Wie sieht es jedoch mit dem Fernsehen im Internet aus? Dafür muss ein Blick auf die Nutzung gerichtet werden, welche mindestens einmal wöchentlich stattfindet. Mehr als die Hälfte der Gesamtbevölkerung, genauer gesagt 61 %, schaut sich mindestens einmal die Woche Onlinevideos an, ob auf YouTube oder anderen Streamingdiensten. 96 % der unter 30-Jährigen ist mindestens einmal die Woche damit beschäftigt, Videos im Internet zu schauen.<sup>167</sup> Es ist hier wieder zu erkennen, dass die jüngere Generation eine höhere Medienaffinität aufweist als die ältere. Das hat unter anderem damit zu tun, dass die Personen zwischen 14 und 29 Jahren mit den neuen Medien aufwachsen und diese selbstverständlich zum Alltag gehören.<sup>168</sup> Wie bereits in einem vorherigen Kapitel erwähnt, nutzen gerade einmal 13 % Gesamtbevölkerung in Deutschland die Möglichkeit im Internet eine Fernsehsendung live zu verfolgen.<sup>169</sup> Diese ist im Vergleich zum Vorjahr zwar um zwei Prozent gestiegen, jedoch viel geringer als die Anzahl der Personen, welche Fernsehsendungen zeitversetzt im Internet schauen. Hier liegt der Anteil bei 35 %. Davon nutzen 27 % der Deutschen die Onlineangebote, also die Mediatheken der Fernsehsender, um Sendungen im Nachhinein anzuschauen.<sup>170</sup> Obwohl der Anteil der Personen steigt, die im Internet Fernsehen schaut, sagen 51 % der EU-Bürger, dass sie nie über das Internet fernsehen.<sup>171</sup> Die Videoplattform YouTube wird von 40 % der gesamten Bevölkerung mindestens einmal wöchentlich genutzt. Streamingdienste, wie Netflix oder Amazon Prime Videos, werden von 37 % der Deutschen genutzt. Sowohl auf YouTube als auch bei

---

<sup>166</sup> Vgl. SevenOne Media (2019), Media Activity Guide 2019; S. 14 f.

<sup>167</sup> Vgl. Beisch, Koch, Schäfer (2019), ARD/ZDF-Onlinestudie 2019: Mediale Internet-nutzung und Video-on-Demand gewinnen weiter an Bedeutung; S. 5 f.

<sup>168</sup> s. Kapitel 3.1.4 Konsumverhalten von Jugendlichen; S. 29 ff.

<sup>169</sup> s. Kapitel 3.1.1 Fernsehen und Internet; S. 25 f.

<sup>170</sup> Vgl. Beisch, Koch, Schäfer (2019), ARD/ZDF-Onlinestudie 2019: Mediale Internet-nutzung und Video-on-Demand gewinnen weiter an Bedeutung; S. 6

<sup>171</sup> Vgl. European Commission (2019), Wie häufig schauen Sie über das Internet fernsehen?



anderen Streamingdiensten ist zu sehen, dass der Anteil, der unter 30-Jährigen 82% bzw. 67% beträgt und damit deutlich höher ist als bei den über 30-Jährigen.<sup>172</sup>

Es stellt sich jedoch die Frage, wie das sein kann, dass das Fernsehen so eine hohe „Watch Time“ aufweist, obwohl der Trend in souveränes Fernsehen geht. Eine mögliche Antwort liefert ein Blick auf die Aktivitäten, welche beim Fernsehen ausgeführt werden. Laut einer Umfrage von *SevenOne Media* aus dem Jahre 2019 nutzten 76 % der Befragten Personen (14 bis 49 Jahre) mindestens selten Fernsehen und Internet zur selben Zeit. 42 % haben sogar häufig neben dem Fernsehen im Internet gesurft.<sup>173</sup> Dieses Phänomen wird auch „Second Screen“ genannt. Dadurch, dass das Smartphone zu einem ständigen Begleiter geworden ist, ist es verständlich, dass es am Abend beim Fernsehen in die Hand genommen wird. Somit entsteht ein „zweiter Bildschirm“, der ebenfalls die Aufmerksamkeit des Zuschauers erhält.<sup>174</sup> Als „Second Screen“ muss nicht zwangsweise das Smartphone genutzt werden. Es können ebenfalls Laptop, Tablet oder PC sein, die als Nebenbeschäftigung fungieren. Bei der „Media Activity Guide 2019“-Studie gaben 92 % der Befragten an, dass sie mindestens selten neben dem Fernsehen das Smartphone benutzen. Das ist weitaus mehr als Laptop (45 %), Tablet (41 %) und PC (19 %).<sup>175</sup>

Ist der Name des Hauptdarstellers im Film nicht bekannt, greift man heute während des Schauens selbstverständlich zum Smartphone, um diesen zu recherchieren. Genau diese Suche nach Informationen zum aktuellen Fernsehprogramm ist die häufigste Nebentätigkeit beim Fernsehen. Bei der Studie von *SevenOne Media* gaben 62 % der Befragten genau diese Tätigkeit an. Etwa die Hälfte gab ebenfalls an, sich über Produkte zu informieren, welche sie in den Fernsehsendungen gesehen haben. Onlineshopping war für 43 % eine Beschäftigung neben dem Fernsehen.<sup>176</sup>

Wie die Studien zeigen, sind die Jugendlichen verstärkt im Internet und somit auch auf YouTube aktiv. Die *JIM-Studie*<sup>177</sup> aus dem Jahr 2019 zeigt, dass 90 % der Jugendliche zwischen zwölf und 19 Jahren regelmäßig auf YouTube Videos konsumieren. Außerdem gaben 63 % der Jugendlichen an, dass YouTube das

---

<sup>172</sup> Vgl. Beisch, Koch, Schäfer (2019), ARD/ZDF-Onlinestudie 2019: Mediale Internet-nutzung und Video-on-Demand gewinnen weiter an Bedeutung; S. 6

<sup>173</sup> Vgl. SevenOne Media (2019), Anteil der Befragten (14 bis 49 Jahre) in Deutschland, die Internet und TV häufig, manchmal oder selten parallel nutzen in den Jahren 2001 bis 2019

<sup>174</sup> Vgl. IONOS (2020), Second Screen: Definition & Bedeutung der Multi-Screen-Nutzung - IONOS

<sup>175</sup> Vgl. SevenOne Media (2019), Media Activity Guide 2019; S. 17

<sup>176</sup> Vgl. SevenOne Media (2019), Media Activity Guide 2019; S. 18

<sup>177</sup> Jugend, Information, Medien; Studie der Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

liebste Internetangebot ist. Generell verbringen zwölf- bis 19-Jährige viel Zeit im Internet. Täglich gehen 89 % von ihnen ins Internet und verbringen dort nach eigener Einschätzung im Durchschnitt 205 Minuten pro Tag. Auch beim Fernsehen ist zu erkennen, dass Jugendliche wesentlich weniger Zeit vor dem Fernseher verbringen. Im Durchschnitt schauen sie 107 Minuten Fernsehen. Obwohl die Jugend eine starke Verbundenheit zum Internet aufweist, schauen die meisten von ihnen (91 %) immer noch klassisch über einen stationären Fernseher. Wie bereits erwähnt, besitzen 96 % der Haushalte mindestens ein TV-Gerät. Die Hälfte aller Jugendlichen zwischen zwölf und 19 Jahren verfügt sogar über ein eigenes Fernsehgerät im Kinderzimmer. Zeitversetztes Fernsehen oder Live-Fernsehen im Internet wird von den wenigsten Jugendlichen genutzt. Gerade einmal 18 % schauen sich Fernsehsendungen auf YouTube an. Noch weniger nutzen Mediatheken, um sich Sendungen im Nachhinein anzuschauen. Nur sieben Prozent der jungen Menschen sehen sich Fernsehsendungen live im Internet an.<sup>178</sup>

### 3.2.2 Auf diesen Endgeräten wird konsumiert

Es ist heutzutage sehr einfach Filme und Serien überall anzuschauen. Die Menschen sind nicht mehr an den Fernseher gebunden. Sie sind flexibel und können auf verschiedenen Geräten zu unterschiedlichen Zeiten Sendungen konsumieren. Es ist nicht mehr notwendig eine Sendung genau zum Ausstrahlungszeitpunkt anzuschauen. Durch die immer größer werdenden Mediatheken und anderen Angeboten, nimmt das zeitversetzte Fernsehen immer mehr zu.<sup>179</sup> Der Fernseher ist das Gerät, welches mit 88 % am zweitmeisten genutzt wird. Davor befindet sich nur noch das Smartphone mit 89 %. Knapp gefolgt vom Radio, welches auf 87 % kommt.<sup>180</sup>

Beim Konsum von kurzen Videos im Internet nimmt das Smartphone mit 34 % immer noch den größten Anteil der täglichen Nutzungsdauer ein. Für viele Menschen ist es einfach am bequemsten, kurze Videos am Smartphone zu konsumieren, da das kleine mobile Endgerät so gut wie immer zur Hand ist. Jedoch nimmt, durch die Verbreitung der Smart-TVs, der Anteil der Fernsehgeräte zu, auf welchen Onlinevideos geschaut werden. Dieser Anteil lag

---

<sup>178</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2019), JIM-Studie 2019: Jugend, Information, Medien; S. 9, S. 29, S. 36 f., S. 55 f.

<sup>179</sup> s. Kapitel 3.2.1 Die Nutzungsdauer von YouTube und Fernsehen; S. 37

<sup>180</sup> Vgl. SevenOne Media (2019), Welche der folgenden Geräte nutzen Sie persönlich für Ihren Medienkonsum?



im ersten Quartal 2019 bei 24 %. Dieser Anteil ist unter anderem so hoch, weil hier auch Videostreamingdienste mit einberechnet werden.<sup>181</sup>

Videoportale wie YouTube werden nur von sechs Prozent der deutschen Bevölkerung auf dem Fernsehgerät konsumiert. Das Smartphone ist mit 54 % die Hauptquelle für Videoportale, im Vergleich zu allen anderen Geräten. Über die Hälfte der Deutschen schaut sich einen der Streaminganbieter auf einem Fernsehgerät an. Netflix erreicht dabei 54 % und Amazon Prime Video kommt auf 57 %. Auf der anderen Seite werden Streamingdienste auf dem Smartphone eher selten genutzt. Netflix wird von elf Prozent der Bundesbürger mindestens mehrmals im Monat geschaut. Gerade mal acht Prozent konsumieren Amazon Prime Video auf dem mobilen Endgerät. Im Bereich von Mediatheken und Onlineangeboten der Fernsehsender konnte das Smartphone, im Vergleich zu 2018, einen Zuwachs von neun Prozent verzeichnen. Damit haben 21 % der deutschen Bevölkerung das Smartphone dazu genutzt, um Sendungen oder Videos in den Mediatheken anzuschauen. Selbst um Fernsehsendungen live im Internet zu sehen, benutzten 23% der Menschen in Deutschland mindestens mehrmals im Monat ihr Smartphone. Das Fernsehgerät wurde für beides jeweils von 34 % genutzt.<sup>182</sup>

Bei den Jugendlichen zwischen zwölf und 19 Jahren, konsumieren 70 % YouTube überwiegend auf dem Smartphone. Laptop oder der Desktop-PC wird von zehn Prozent favorisiert. Sieben Prozent nehmen das Tablet zur Hand, um YouTube-Videos zu schauen. Und gerade einmal drei Prozent schaut sich YouTube auf dem Fernseher an.<sup>183</sup>

Auch die eigene Umfrage stützt die Ergebnisse der *ARD/ZDF-Onlinestudie*, zum Thema Endgeräte. 50,5 % der Befragten haben angegeben, dass das Smartphone zur Hand genommen wird, um Videos auf YouTube zu schauen. Darauf folgt der Desktop-PC mit 20,2 %.<sup>184</sup> Die Ergebnisse der *ARD/ZDF-Onlinestudie* zeigen, dass der Heim-PC nicht mehr so oft genutzt wird. Für YouTube und andere Videoportale nutzen nur 13 % der deutschen Bevölkerung einen stationären PC. Videostreamingdienste werden sogar von weniger Menschen am PC konsumiert. Sieben Prozent gaben an, mindestens mehrmals im Monat Amazon Prime Video zu nutzen. Bei Netflix waren es immerhin noch

---

<sup>181</sup> Vgl. SevenOne Media (2019), Media Activity Guide 2019; S. 13

<sup>182</sup> Vgl. Beisch, Koch, Schäfer (2019), ARD/ZDF-Onlinestudie 2019: Mediale Internet-nutzung und Video-on-Demand gewinnen weiter an Bedeutung; S. 13,

<sup>183</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2019), JIM-Studie 2019: Jugend, Information, Medien; S. 40

<sup>184</sup> s. Anhang Konsumverhalten bei YouTube und Fernsehen; S. XCV

zehn Prozent.<sup>185</sup> Dennoch wird der PC von 57 % der deutschen Bevölkerung für den Medienkonsum verwendet.<sup>186</sup>

Die meisten Menschen in Deutschland konsumieren Fernsehen am häufigsten über ein klassisches Fernsehgerät. 87,6 % haben bei der Umfrage angegeben, dass sie Sendungen über einen normalen Fernseher schauen.<sup>187</sup>

### 3.3 Beliebte Formate im TV und auf YouTube

Es ist nun bekannt, dass die Menschen in Deutschland sehr viele Medien konsumieren. Sie verbringen fast täglich vier Stunden damit fernzusehen und schauen jeden Tag im Durchschnitt zwölf Minuten Videos auf YouTube.<sup>188</sup> Bei einigen Nutzern beträgt die durchschnittliche Nutzungszeit von YouTube allerdings auch zwei bis vier Stunden am Tag.<sup>189</sup> Doch was schauen Zuschauer im Fernsehen und auf YouTube? Welche Formate, Sender oder Kanäle werden bevorzugt? Und wie funktioniert ein Wechsel von TV zu YouTube?

#### 3.3.1 Formate und Sender im Fernsehen

Deutschland verfügt über eine Vielzahl an Fernsehsendern<sup>190</sup> mit unterschiedlichen Inhalten. Die einzelnen Sender gehören zum größten Teil zu drei unterschiedlichen Sendergruppen. In Deutschland sind es die Öffentlich-Rechtlichen Sender, die Mediengruppe RTL Deutschland sowie die Sender der ProSiebenSat.1 Media SE. Die Sendergruppen beinhalten neben dem Free-TV auch Pay-TV- und Onlinesender.<sup>191</sup>

Die Sender mit den höchsten Marktanteilen gehören zu den öffentlich-rechtlichen Sendern. Auf Platz eins befindet sich das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) mit 13 % und auf dem zweiten Platz ist die ARD mit 10,7 % Marktanteil. Den dritten Platz belegt der Privatsender RTL mit einem Marktanteil von 8,3 %.<sup>192</sup> Der hohe Marktanteil bei den öffentlich-rechtlichen Sendern ist vor allem auf die Zuschauer über 50 Jahren zurück zu führen. Das ist deutlich an der Umfrage des

---

<sup>185</sup> Vgl. Beisch, Koch, Schäfer (2019), ARD/ZDF-Onlinestudie 2019: Mediale Internet-Nutzung und Video-on-Demand gewinnen weiter an Bedeutung; S. 13

<sup>186</sup> Vgl. SevenOne Media (2019), Welche der folgenden Geräte nutzen Sie persönlich für Ihren Medienkonsum?; S. 5

<sup>187</sup> s. Anhang Konsumverhalten bei YouTube und Fernsehen; S. CXXXIX

<sup>188</sup> s. Kapitel 3.2.1 Die Nutzungsdauer von YouTube und Fernsehen; S. 35 f.

<sup>189</sup> s. Anhang Konsumverhalten bei YouTube und Fernsehen, S. XCV

<sup>190</sup> Vgl. Senderliste (2019), gratis Download | Immer aktuelle Programme | sender-liste.de | für Deutschland

<sup>191</sup> Vgl. KEK (2019) S.86, 21. Jahresbericht 2018/ 2019

<sup>192</sup> Vgl. DWDL.de (2020), Zuschauermarktanteile der TV-Sender im Mai 2020

Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) zu erkennen, dass der Marktanteil von ARD (13,9 %), ARD Dritte (16,8 %) und ZDF (17,7 %) wesentlich höher ist als von den anderen Sendern.<sup>193</sup>

Zuschauer unter 50 Jahren haben eine deutlich andere Präferenz, was die Sender angeht. Für diese Personengruppe spielen die öffentlich-rechtlichen Sender eine geringere Rolle. Die 14- bis 49-Jährigen schalten lieber RTL (10,7 %) und ProSieben (9,5 %) ein. ARD und ZDF erreichen hier gerade einmal 6,4 % bzw. 6 % Marktanteil.<sup>194</sup> Wird die Personengruppe auf zwölf bis 19 Jahre eingeschränkt, ist eine deutliche Vorliebe zu erkennen: 28 % der Jugendlichen schauen am liebsten ProSieben. Am zweitliebsten ist RTL mit 10 %. Und danach folgt ARD mit 8 %.<sup>195</sup>

Um zu verstehen, weshalb die öffentlich-rechtlichen Sender einen so hohen Marktanteil besitzen, ist es wichtig zu wissen welche Fernsehformate in Deutschland am beliebtesten sind. Dafür hat das Institut für Demoskopie (IfD) Allensbach über mehrere Jahre hinweg die Menschen in Deutschland zu ihren Lieblingsformaten befragt. Im Jahre 2019 haben 42,6 % der Befragten angegeben, dass sie am liebsten Nachrichten schauen. Damit sind die Nachrichten wie in den Jahren davor, das beliebteste Fernsehformat in Deutschland. Unter einem Drittel gaben an, dass sie am liebsten Krimiserien oder Tiersendungen im Fernsehen konsumieren. Ungefähr ein Viertel der Befragten schaute sich gerne Sportübertragungen, Sportsendungen oder informative und unterhaltende Nachrichten aus der Region an. Serien oder Filme, die zur Unterhaltung dienen, werden nur von unter 20 % der Befragten favorisiert.<sup>196</sup> Die deutsche Jugend hat selbstverständlich einen anderen Geschmack und andere Vorlieben. Ein Fünftel der zwölf- bis 19-Jährigen schaut sich am liebsten Sitcoms an. Knapp dahinter befinden sich Zeichentrickserien und Scripted Reality mit jeweils 18 %. Gerade einmal 10 % gaben an, dass sie am liebsten Nachrichten schauen.<sup>197</sup>

Obwohl die Nachrichten das beliebteste Fernsehformat ist, erreicht es nicht die meisten Zuschauer. Im deutschen Fernsehen dominiert das Krimigenre wie kein anderes. Ob nun Geschichten, die in einem Film erzählt werden, oder Serien, die

---

<sup>193</sup> Vgl. ZAW (2019), Zuschauermarktanteile ausgewählter Fernsehsender bei den ab 50-Jährigen in Deutschland im Jahr 2018

<sup>194</sup> Vgl. DWDL.de (2020), Zuschauermarktanteile der TV-Sender im Mai 2020

<sup>195</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2019), JIM-Studie 2019: Jugend, Information, Medien; S. 38

<sup>196</sup> Vgl. IfD Allensbach (2019), Beliebteste Fernsehformate in Deutschland in den Jahren 2017 bis 2019

<sup>197</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2019), JIM-Studie 2019: Jugend, Information, Medien; S. 38

eine Geschichte über mehrere Folgen erzählen, die Deutschen mögen Krimis. Zu den beliebtesten Ablegern dieses Genres zählt der „Tatort“. Wöchentlich schalten 8,01 Millionen Menschen den Fernseher ein, um auf ARD die beliebte Krimiserie zu verfolgen. Auch im Spielfilmbereich gehört der „Tatort“ zu den meistgesehenen Sendungen im deutschen Fernsehen. Hier erreichte im Jahr 2018 die Sendung „Tatort: Schlangengrube“ 12,16 Millionen Zuschauer. Nur eine Fußball-WM-Übertragung schafft es eine größere Zuschauerzahl an den Fernseher zu binden. Das WM-Spiel Deutschland gegen Schweden haben 27,53 Millionen Menschen in Deutschland verfolgt.<sup>198</sup>

Bei der werberelevanten Zielgruppe (14 bis 49 Jahre) werden Unterhaltungsserien wie „The Big Bang Theory“ oder „Der Lehrer“, jeweils mit 1,6 Millionen Zuschauern, am meisten gesehen. Bei dieser Zielgruppe fällt sofort auf, dass auf den oberen Plätzen fast nur Sendungen von ProSieben und RTL vertreten sind.<sup>199</sup> Auch bei Jugendlichen zwischen zwölf und 19 Jahren ist die Comedy-Serie „The Big Bang Theory“ die beliebteste Fernsehsendung im Fernsehen. Danach folgen „Galileo“ und „Die Simpsons“.<sup>200</sup>

Es ist demnach zu erkennen, dass die Vorlieben der Zuschauer je nach Alter variieren. Während ältere Personen ab 60 Jahren lieber Nachrichten und Informationssendungen schauen,<sup>201</sup> bevorzugen jüngere Personen eher Krimi- und Unterhaltungssendungen. Bei der eigenen Umfrage gaben die Teilnehmer bei der Frage „Warum schaust du Fernsehen?“ überwiegend an, dass sie wegen Nachrichten, Sportübertragungen und zur Unterhaltung den Fernseher anmachen. Vor allem Sportveranstaltungen, welche kostenlos im TV ausgestrahlt werden, sind einer der häufigsten Gründe fernzusehen. Ansonsten haben die Teilnehmer angegeben, den Fernseher nebenbei zum Zeitvertreib zu nutzen. Es ist ebenfalls zu erkennen, dass die Teilnehmer, falls sie kein Fernsehen schauen, oft denselben Grund dafür Angaben. Durch die schnelllebige Gesellschaft<sup>202</sup> in der wir leben, ist es für die meisten schlichtweg nicht möglich eine Fernsehsendung zum Zeitpunkt der Ausstrahlung anzuschauen. Auch das Angebot, welches im Fernsehen ausgestrahlt wird, ist für die meisten nicht interessant. Ebenfalls wird die zu lange und zu häufig auftretende Werbeunterbrechung als störender Grund angegeben. Die zeitliche

---

<sup>198</sup> Vgl. Zubayr, Gerhard (2019), Tendenzen im Zuschauerverhalten

<sup>199</sup> Vgl. DWDL.de (2019), Ranking der Serien mit den meisten Zuschauern bei den 14- bis 49-Jährigen im Jahr 2019 (in Millionen)

<sup>200</sup> Vgl. mpfs (2020), Welche Fernsehsendung schaust Du am liebsten?

<sup>201</sup> Vgl. IfD Allensbach (2019), Ranking der beliebtesten Fernsehformate und -genres in Deutschland bei Personen ab 60 Jahren im Jahr 2019

<sup>202</sup> s. Kapitel 3.1.1 Fernsehen und Internet; S. 26

Eingrenzung und der fehlende Inhalt sorgt dafür, dass 9,7 % lieber auf Streamingdienste zurückgreifen, weil sie dort nicht die Nachteile haben, die das Fernsehen hat. 799 Teilnehmer, das sind 67,6 %, haben angegeben, dass sie ein Abonnement bei einem Streamingdienstanbieter haben.<sup>203</sup>

### 3.3.2 YouTube-Deutschland und die Trends

Dass YouTube viel und gerne genutzt wird, ist nun bekannt.<sup>204</sup> In diesem Abschnitt soll geklärt werden, was genau auf YouTube konsumiert wird und welche Kanäle am beliebtesten sind. Die Videoplattform ist nämlich so vielfältig, dass es für jeden etwas zu bieten hat.

*SevenOne Media* hat bei ihrer Studie herausgefunden, dass 32 % der Nutzungsdauer in Deutschland für Videos von YouTubern bzw. Webstars verwendet wird. Danach folgen Musikvideos mit 28 %. Nachrichten, Dokus und Sport machen 15 % der Nutzungsdauer aus. Interessant ist auch, dass Serien, Spielfilme und Fernsehsendungen ebenfalls 15 % der Nutzungsdauer ausmachen.<sup>205</sup> Bei Jugendlichen von zwölf bis 19 Jahren sind Musikvideos das beliebteste Genre auf YouTube. 54 % schauen sich diese regelmäßig auf der Plattform an. Jeweils 41 % der Befragten von der *JIM-Studie* 2019 gaben an, dass sie mindestens mehrmals die Woche lustige Kurzvideos oder fremdsprachige Videos konsumieren. Danach folgen Gaming-Videos mit etwa 33 %.<sup>206</sup> Auch in der eigenen Umfrage wurden die Teilnehmer nach den Formaten gefragt, welche sie am liebsten schauen. Für die Teilnehmer war es möglich bis zu drei Antworten auszuwählen. Dabei wurden Gaming-Videos von 94,4 % der Teilnehmer gewählt. Danach folgen Musikvideos mit 39,8 % und Comedy mit 38,9 %. Ein Drittel der Teilnehmer schaut am liebsten Informations- oder Lernvideos an. Tutorials sind für etwa ein Fünftel der Beteiligten ein wichtiges Format. Gerade einmal knappe 10 % schaut sich gerne Nachrichten auf YouTube an. TV-Sendungen bilden bei der Umfrage das Schlusslicht mit 9,4 %.<sup>207</sup>

Die Gründe YouTube zu besuchen sind vielfältig und dennoch haben sie viel gemeinsam. Bei der Umfrage „Konsumverhalten bei YouTube und Fernsehen“ konnten die Teilnehmer angeben, weshalb sie YouTube konsumieren. Von 773 Personen haben über 200 angegeben, dass sie wegen der Unterhaltung die

---

<sup>203</sup> s. Anhang Konsumverhalten bei YouTube und Fernsehen; S. CXXXIX

<sup>204</sup> s. Kapitel 3.2.1 Die Nutzungsdauer von YouTube und Fernsehen; S. 36

<sup>205</sup> Vgl. *SevenOne Media* (2019), *Media Activity Guide* 2019; S. 14

<sup>206</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2019), *JIM-Studie* 2019: Jugend, Information, Medien; S. 41 f.

<sup>207</sup> s. Anhang Konsumverhalten bei YouTube und Fernsehen; S. XCV f.

Videoplattform besuchen. Über 100 Teilnehmer nutzen YouTube als Zeitvertreib. 140 Personen nutzen YouTube als Informationsquelle für bestimmte Dinge.

Auf YouTube tummeln sich die unterschiedlichsten Kanäle, die mit ihrem Content unterhalten, informieren oder aufklären wollen. Zu den beliebtesten Kanälen in Deutschland, was Abonnenten angeht, zählen HaerteTest (18,8 Millionen), Kurzgesagt – In a Nutshell (12,2 Millionen), Kinder Spielzeug Kanal (9,93 Millionen), Ice Cream Rolls (9,93 Millionen) und freekickerz (8,36 Millionen).<sup>208</sup> Diese fünf Kanäle könnten nicht unterschiedlicher sein. Bei einem Kanal fährt der Content Creator mit seinem Auto über die unterschiedlichsten Gegenstände und erzielt damit 200.000 bis 800.000 Aufrufe pro Video.<sup>209</sup> Der Inhalt eines anderen Kanals sind kurze Erklärvideos, welche mit Hilfe von Animationen erzählt werden.<sup>210</sup> Es ist jedoch interessant, dass diese Kanäle kaum bis gar nicht in den YouTube-Trends vertreten sind. Dort sind vielmehr Musikvideos, Fernsehsendungen oder Videos von bekannten Content Creatoren zu finden.<sup>211</sup>

Welche Arten von Videos werden nun in den Trends gelistet? Das sind zuallererst Videos, die sehr viele Zuschauer ansprechen, um somit möglichst viele Klicks zu generieren. Es sollte ebenfalls etwas sein, dass neu und überraschend ist. Dadurch hebt sich nämlich das Video von der Masse ab und wird somit attraktiver für die Zuschauer. In den Trends lassen sich Videos finden, welche die aktuellen Ereignisse auf YouTube und in der Welt widerspiegeln. Selbstverständlich darf das Video nicht reißerisch oder irreführend sein. Außerdem repräsentieren die Trends die Vielfalt an Creatoren, die sich auf YouTube ausleben. Damit ein Video in den Trends landet, werden verschiedene Kriterien geprüft. Unter anderem wird die Anzahl der Aufrufe überprüft. Je mehr Aufrufe das Video aufweist, desto wahrscheinlicher ist es, dass es in den Trends erscheint. Doch nicht nur die Anzahl der Aufrufe ist wichtig, sondern auch in was für einer Zeitspanne diese Aufrufe generiert wurden. Schafft es ein Video in kurzer Zeit eine hohe Anzahl an Aufrufen zu generieren, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass es in die Trends kommt. Auch das Alter eines Videos spielt eine wichtige Rolle, bei der Berücksichtigung für die Trends. Ein Blick in die YouTube-Trends zeigt, dass vor allem Videos gelistet werden, die zwischen mehreren Stunden und zwei Wochen alt sind. Des Weiteren wird das Video mit den anderen Uploads auf dem Kanal

---

<sup>208</sup> Vgl. SocialBlade (2020), Top 250 YouTubers Channels in Germany - Socialblade YouTube Stats | YouTube Statistics

<sup>209</sup> Vgl. YouTube (o. j.), HaerteTest - YouTube

<sup>210</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Kurzgesagt – In a Nutshell - YouTube

<sup>211</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Trends - YouTube



verglichen. Eine Kombination dieser Kriterien ist entscheidend für die Platzierung in den Trends.<sup>212</sup>

Beim Besuchen der YouTube-Trend-Seite werden 77 Videos aus unterschiedlichen Kategorien angezeigt.<sup>213</sup> Diese Seite ist nicht personalisiert, weswegen jeder Nutzer im selben Land, die gleichen Videos sieht. Dass sich die Trends schnell ändern können ist daran zu erkennen, dass sich diese alle 15 Minuten aktualisieren. Dadurch können Videos weiter nach oben, nach unten oder gar nicht bewegen.<sup>214</sup> Außerdem stellt YouTube vier weitere Kategorien zur Verfügung. Diese sind Musik, Gaming, Nachrichten und Filme. Mit diesen ist es für den Besucher möglich, die Trends in der entsprechenden Kategorie zu sehen. In den einzelnen Kategorien finden die Nutzer weitere Videos, die nicht auf der Startseite der Trends zu sehen sind.<sup>215</sup>

### 3.3.3 Wechsel von TV zu YouTube

Wie im vorherigen Kapitel erwähnt, lassen sich in den Trends des Öffteren Aufzeichnungen von Fernsehsendungen finden. Ob nun Nachrichten, Sportübertragungen oder Scripted-Reality-Formate. Doch es gibt auch neben den Aufzeichnungen einzelne Kanäle, die zum Onlineangebot der Fernsehsender gehören. Das bekannteste Angebot ist „Funk“, welches zum Onlineangebot von ARD und ZDF gehört und seit 2016 betrieben wird.<sup>216</sup> Dieses Angebot ist nicht nur auf YouTube, sondern auch auf Facebook, Snapchat und TikTok aktiv.<sup>217</sup> Mit Funk möchten die ARD und ZDF junge Leute unter 30 Jahren ansprechen, die im Internet unterwegs sind. Deshalb ist das Angebot unter Funk nur im Internet zu finden. Finanziert wird das Angebot über die Rundfunkgebühren.<sup>218</sup>

Zum Portfolio von Funk zählen über 70 verschiedene Kanäle, welche mit unterschiedlichen Inhalten ein breites Spektrum an Themen abdecken. Somit kann für jeden etwas dabei sein und ein breites Publikum angesprochen werden.<sup>219</sup> Einer der größten Kanäle, welcher zu Funk gehört, ist Kurzgesagt – In a Nutshell.<sup>220</sup> Aber auch Kanäle wie MrWissen2Go (1,27 Millionen Abonnenten)

---

<sup>212</sup> Vgl. Google Support (o. j.), Trends auf YouTube - YouTube-Hilfe

<sup>213</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Trends - YouTube

<sup>214</sup> Vgl. Google Support (o. j.), Trends auf YouTube - YouTube-Hilfe

<sup>215</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Trends - YouTube

<sup>216</sup> Vgl. Funk (o. j.), Hey, wir sind funk

<sup>217</sup> Vgl. Dörner (2019), Content-Chef von Funk: Wie wird ein Youtube-Kanal erfolgreich?

<sup>218</sup> Vgl. Funk (o. j.), Hey, wir sind funk

<sup>219</sup> Vgl. Funk (o. j.), funk | Kanäle & Serien

<sup>220</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Kurzgesagt – In a Nutshell - YouTube

gehören zum Angebot von Funk. Dieser erreicht im Durchschnitt 400.000 Aufrufe pro Video. Inhalte dieses Kanals sind Informationsvideos über Politik, das Weltgeschehen und aktuelle Themen.<sup>221</sup>

Der Vorteil bei dem Online-Medienangebot ist, dass der Inhalt jung und modern ist und nicht diesen Beigeschmack von „veraltetem“ Fernsehen hat. Funk setzt dabei auf kreative Content Creator die sich künstlerisch ausleben können. Außerdem können sich die jungen Leute besser mit den Content Creatoren identifizieren, da diese sich ebenfalls mit dem Medium Internet bzw. YouTube beschäftigen.

Ein weiteres Beispiel für den Wechsel vom Fernsehen zu YouTube stellt „Game Two“ dar. „Game Two“ ist ebenfalls ein Kanal, der zum Funk-Portfolio gehört und von Rocket Beans Entertainment produziert wird. Mit viel Witz und Charme werden die neuesten Themen aus der Welt der Videospiele beleuchtet und in wöchentliche Episoden verpackt.<sup>222</sup> „Game Two“ wird als Nachfolgeprojekt von „Game One“ angesehen. „Game One“ wurde von 2006 bis 2014 auf den Sendern MTV, Viva und Comedy Central ausgestrahlt.<sup>223</sup> Warum „Game One“ von der Mediengruppe Viacom abgesetzt wurde ist nicht genau bekannt. Die auslaufenden Verträge mit Rocket Beans Entertainment wurden nicht verlängert.<sup>224</sup> Zu dieser Zeit hatte das Team, rund um Rocket Beans Entertainment, bereits Pläne einen Online-TV-Sender zu gründen und ein 24/7-Programm zu senden. Unter dem Namen „Rocket Beans TV“ ging der Sender am 15. Januar 2015 erstmals auf der Streamingplattform Twitch auf Sendung. Der Onlinesender besticht mit einer Vielzahl an verschiedenen Formaten und läuft mittlerweile auch auf dem eigenen YouTube-Kanal.<sup>225</sup> 2016 wurde dann das erste Mal „Game Two“ ausgestrahlt und läuft seitdem etwa wöchentlich auf den Kanälen von Rocket Beans TV auf Twitch und YouTube, sowie auf dem eigenen „Game Two“-YouTube-Kanal.<sup>226</sup> Dass dieser Wechsel von einem TV-Sender zu einem reinen Onlinesender funktioniert hat, lag unter anderem daran, dass „Game One“ eine treue und große Fangemeinde besaß. Die Fans wurden zu

---

<sup>221</sup> Vgl. YouTube (o. j.), MrWissen2go - YouTube

<sup>222</sup> Vgl. Rocket Beans (o. j.), Game Two • Rocket Beans TV

<sup>223</sup> Vgl. Seng (2018), Game One und Rocket Beans TV– Vom Ende und Anfang der Kreativität – Quotenmeter.de

<sup>224</sup> Vgl. Sallhoff (2014), Viacom stellt «Game One» ein – Quotenmeter.de

<sup>225</sup> Vgl. Seng (2018), Game One und Rocket Beans TV– Vom Ende und Anfang der Kreativität – Quotenmeter.de

<sup>226</sup> Vgl. Games Wirtschaft (2016), Game Two: Rocket Beans TV setzt Game One fort - GamesWirtschaft.de



einer Spendenaktion aufgerufen, um den Onlinesender zu unterstützen.<sup>227</sup> Neben den treuen Zuschauern sind es vor allem die verschiedenen Formate und Ideen, die diesen Sender am Laufen halten. Ständig werden neue Formate entwickelt, bestehende Formate überarbeitet oder schlecht laufende Formate abgesetzt. Da alle Rechte im eigenen Hause sind, kann sich das Team kreativ ausleben.

Durch die Nähe zum Publikum und aufgrund einer hohen Transparenz konnte „Rocket Beans TV“ eine große Fangemeinde aufbauen. Auf YouTube hat der Onlinesender über eine halbe Million Abonnenten<sup>228</sup> und „Game Two“ liegt bei 400.000<sup>229</sup>. Und auf Twitch haben sie über 400.000 Follower<sup>230</sup>.

Auch normale Fernsehsender laden ihren Inhalt auf YouTube hoch, um so vor allem mehr junge Leute zu erreichen. Es kommt des Öfteren vor, dass Fernsehsendungen, wie z. B. „Berlin -Tag & Nacht“ oder „Bares für Rares“, auf deren eigenen YouTube-Kanälen hochgeladen werden. Nicht selten erreichen diese Videos über 500.000 Aufrufe.<sup>231</sup> Nachrichtensendungen wie die „tagesschau“ laden ebenfalls einzelne Beiträge und ganze Sendungen auf die Videoplattform hoch. Je nach Beitrag variieren die Zahlen zwischen 2.000 und 200.000 Aufrufen.<sup>232</sup>

Es ist zu erkennen, dass Nachrichten auf YouTube nicht sehr häufig gesehen werden. Das wird auch von der Studie von *SevenOne Media* bestätigt.<sup>233</sup> Gerade einmal 15 % der Nutzungsdauer wird für Nachrichten investiert. Jedoch Informations- und Wissenskanäle, wie z. B. von MrWissen2Go, erreichen viel mehr Leute und haben deutlich mehr Aufrufe als herkömmliche Nachrichtenkanäle. Da könnte nun die Theorie aufgestellt werden, dass stumpfes hochladen der Fernsehbeiträge nicht ausreicht, um eine größere Zuschauerschaft anzusprechen. Dagegen würde jedoch der Kanal von „Berlin – Tag & Nacht“ sprechen. Hier werden die einzelnen Folgen fast eins zu eins hochgeladen. Ein möglicher Grund für die geringen Aufrufe bei Nachrichten könnte sein, dass es heutzutage andere und schnellere Möglichkeiten gibt, um an aktuelle Informationen zu gelangen.

Das *Reuters Institute for the Study of Journalism* hat herausgefunden, dass 70 % der Nachrichten über Fernsehen und über das Internet bezogen werden. Bei

---

<sup>227</sup> Vgl. Majewsky (2017), Rocket Beans TV: Was die jungen Medienmacher so erfolgreich macht - WELT

<sup>228</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Rocket Beans TV - YouTube

<sup>229</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Game Two - YouTube

<sup>230</sup> Vgl. Twitch (o. j.), RocketBeansTV - Twitch

<sup>231</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Berlin - Tag & Nacht - YouTube

<sup>232</sup> Vgl. YouTube (o. j.), tagesschau - YouTube

<sup>233</sup> s. Kapitel 3.3.2 YouTube-Deutschland und die Trends; S. 44

den sozialen Medien wird Facebook mit 22 % am meisten als Nachrichtenquelle genutzt. 14 % der Befragten gaben an, dass sie YouTube nutzen, um Nachrichten zu konsumieren. Knapp davor befindet sich WhatsApp mit 16 %.<sup>234</sup> Die IfD Allensbach hat 2019 herausgefunden, dass 42,11 Millionen Menschen in Deutschland immer noch den Fernseher als Informationsquelle nutzen. Das Internet wird von 20,93 Millionen Bundesbürger als Informationsquelle angegeben.<sup>235</sup>

Damit also ein Format auf YouTube funktionieren soll, muss dieses auf jeden Fall die junge Generation ansprechen. Denn nur so können sich die jungen Menschen mit dem Format identifizieren. Dass sich Jugendliche auch für Themen wie Politik interessieren können, wurde bereits mit den Diskussionen rund um die Uploadfilter bewiesen. Es kommt nur darauf an, wie so ein Beitrag, Video oder Format verpackt ist. Genau um das Thema handelt das nächste Kapitel und soll eine Hilfestellung beim Erstellen und Betreiben eines YouTube-Kanals dienen.

---

<sup>234</sup> Vgl. Reuters Institute for the Study of Journalism (2020), Reuters Institute Digital News Report 2020; S. 71

<sup>235</sup> Vgl. IfD Allensbach (2019), Bevölkerung in Deutschland nach persönlich genutzten Informationsquellen für das aktuelle Tagesgeschehen von 2015 bis 2019 (in Millionen)

## 4 Prozess für einen YouTube Channel

Um einen erfolgreichen YouTube-Kanal zu führen gibt es keine allgemeine und universelle Formel. Jeder hat sein eigenes Erfolgsrezept, um in der schier endlosen Masse an Content Creator eine breite und treue Community aufzubauen. Dieses Kapitel soll als Hilfestellung für diejenigen dienen, die auf der Videoplattform starten möchten. Selbstverständlich sind die Tipps und Vorschläge kein Garant dafür schnellen Erfolg zu haben. Sie sollen dabei helfen, aufkommende Fragen beim Erstellen und Führen des Kanals zu beantworten und typische Fehler unerfahrener Content Creator zu vermeiden.

Bereits vor dem Erstellen des Kanals ist es enorm wichtig sich über ein paar Dinge Gedanken zu machen. Da wäre einmal der Kanalname, der auch in dem Uniform Resource Locator (URL) steht. Dieser sollte gut überlegt sein, denn es ist nicht möglich diesen nochmal zu ändern. Der Kanalname, der auf der Kanalseite angezeigt wird, kann jedoch geändert werden. Außerdem sollte festgelegt werden, in welche Richtung der Kanal gehen soll. Wird er informativ oder unterhaltend? Unternehmen sollten ausreichend Personalkapazitäten zum Betreiben des Kanals vorhalten und Privatpersonen sollten ebenfalls wissen, ob ihnen selbst genügend Zeit freisteht, um den Kanal zu pflegen.

Der Prozess, um auf YouTube zurechtzukommen, ist in fünf Kategorien unterteilt. Das Kanaldesign befasst sich mit allem, was der Zuschauer bei Besuchen der Kanalseite und beim Schauen des Videos sieht. Der Aufbau des Videos ist selbsterklärend und soll lediglich den Inhalt der Videos festlegen. Der YouTube-Algorithmus ist die unsichtbare Kraft, die darüber entscheidet, wie gut Videos gefunden werden. Um den Algorithmus für sich arbeiten zu lassen, ist es wichtig diesen zu verstehen. Ebenfalls wichtig und nicht zu unterschätzen ist die Präsenz auf diversen Social-Media-Kanälen. Der letzte Punkt ist die Zuschauerbindung. Denn nur durch eine treue Community kann der Kanal wachsen und Erfolg haben.

### 4.1 Kanaldesign

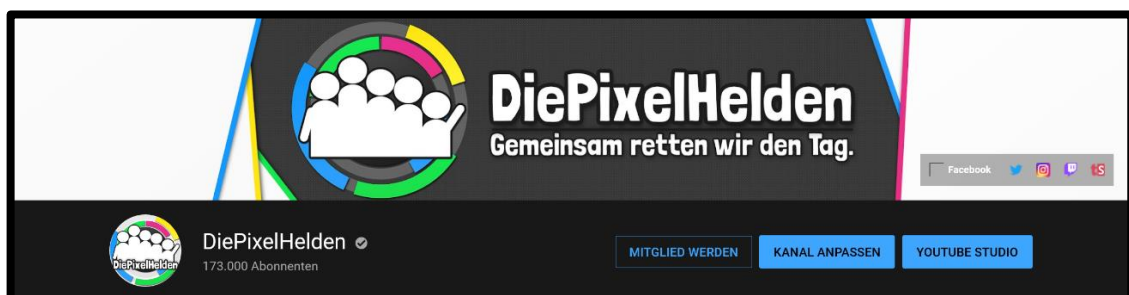
Das Kanaldesign ist vermutlich das wichtigste Element neben dem Inhalt der Videos, da Potenzielle Zuschauer bei ihrem Besuch auf der Kanalseite zuerst damit konfrontiert werden. Doch was ist alles mit dem Kanaldesign gemeint? In dieser Abhandlung sind mit dem Kanaldesign mehrere Punkte gemeint, auf die eingegangen wird. Mit dem Design identifiziert sich der Content Creator und vermittelt bereits damit, was die Nutzer auf dem Kanal erwarten können. Das Aussehen von Kanalbanner und -logo sollen die neuen Besucher der Kanalseite neugierig machen und die Thumbnails sollen dafür sorgen, dass die Videos auch

angeklickt werden. Es ist eher selten, dass die Nutzer direkt auf dem Kanal landen. Sie kommen meistens über ein Video auf den jeweiligen YouTube-Kanal. Genau aus dem Grund ist es enorm wichtig ein ansprechendes und aussagekräftiges Thumbnail zu haben. Es sollte auf einen Blick erkennen lassen, um was es in dem Video geht. Ein schönes und interessantes Thumbnail steigert das Interesse an dem Video um 154 %.<sup>236</sup> Jedoch sollte nicht übertrieben werden. Sollte ein Thumbnail irreführend oder reißerisch sein, könnte YouTube dieses Video abstrafen, in dem das Video neuen Zuschauern nicht mehr empfohlen wird. YouTube selbst hat eine Liste mit Faktoren erstellt, die eventuell dafür sorgen, ob Zuschauer ein Video empfohlen bekommen:<sup>237</sup>

- Täuschend oder irreführend
- Schockierend
- Abstoßend
- Sinnlose Gewalt
- Anzüglich
- Aufdringlich

Weist ein Thumbnail keins von den aufgezählten Kriterien auf ist die Chance wesentlich höher, dass es anderen Nutzern empfohlen wird.<sup>238</sup>

Besucher der Kanalseite sehen das Kanalbanner ganz oben auf der Seite. Content Creator müssen sich dank des „One Channels“-Designs<sup>239</sup> keine Gedanken über die Größen für die verschiedenen Endgeräte machen, da diese durch eine Vorlage bereits vorgegeben sind. Beim Erstellen des Banners sollte darauf geachtet werden, dass dieser das Motto des Kanals widerspiegelt. Es ist wichtig daran zu denken, dass bei jedem Aufruf des Kanals das Banner zu sehen sein wird. Selbstverständlich ist es jederzeit möglich das Banner zu ändern.



**Abbildung 15: Kanalbanner mit Logo** <sup>240</sup>

<sup>236</sup> Vgl. Quick Sprout (2019), 13 Ways To Increase Your YouTube Subscribers

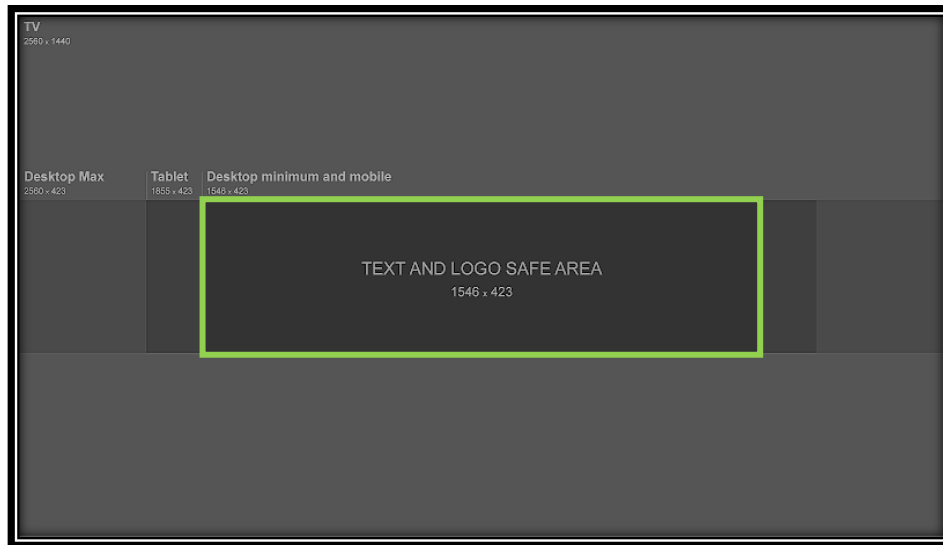
<sup>237</sup> Vgl. Creator Academy (o. j.), Wirkungsvolle Thumbnails und Titel erstellen - YouTube

<sup>238</sup> Vgl. Creator Academy (o. j.), Wirkungsvolle Thumbnails und Titel erstellen - YouTube

<sup>239</sup> s. Kapitel 2.2.2.1 One Channel

<sup>240</sup> Vgl. DiePixelHelden (2012), DiePixelHelden - YouTube

Es ist nun bekannt, dass die Nutzer YouTube über die unterschiedlichsten Geräte aufrufen, die alle eine unterschiedliche Größe aufweisen. Über 50 % der Deutschen rufen YouTube über ein Smartphone auf. Bei den zwölf- bis 19-Jährigen sind es sogar 70 %.<sup>241</sup> Aus diesem Grund sollte das Banner so gestaltet sein, dass die Darstellung für mobile Endgeräte optimiert ist. Es gibt eine sog. „Safe Area“ in der der Text und das Logo platziert sein sollten. Dieser Bereich soll gewährleisten, dass alle wichtigen Informationen auf allen Geräten sichtbar sind.



**Abbildung 16: Kanalbanner mit Safe Area im grünen Rahmen** <sup>242</sup>

Gemeinsam mit dem Logo soll ein Branding erzeugt werden. Die Zuschauer sollen den Kanal auch ohne Namen sofort erkennen können und diesen mit dem Logo und dem Banner in Verbindung bringen. Im Idealfall findet sich das Banner im Logo oder umgekehrt wieder.<sup>243</sup> Das hat nicht nur einen Wiedererkennungswert, sondern sieht auch optisch einheitlich aus.

Neben dem Thumbnail sorgt auch ein interessanter Titel dafür, dass die Nutzer auf ein Video aufmerksam gemacht werden. Der Titel sollte selbstverständlich zum Thumbnail passen und kurz erklären um was es in dem Video geht. Bis zu hundert Zeichen (inkl. Leerzeichen) haben in dem Titel Platz. Es ist wichtig, dass das Haupt-Keyword bereits in dem Titel zu finden ist, am besten sogar an erster Stelle.<sup>244</sup> Dadurch sehen nicht nur Zuschauer sofort um was es in dem Video geht, sondern auch der YouTube-Algorithmus kann die Informationen besser und schneller verarbeiten.

<sup>241</sup> s. Kapitel 3.2.2 Auf diesen Endgeräten wird konsumiert; S. 40

<sup>242</sup> Vgl. Google Support (o. j.), Kanalbilder erstellen oder bearbeiten - YouTube-Hilfe

<sup>243</sup> s. Abbildung 15: Kanalbanner mit Logo

<sup>244</sup> Vgl. Manteuffel (2018), YouTube-SEO: Diese Tipps bringen Deine Videos zum Ranken

Es gibt auch ein paar Dinge die YouTube nicht so gerne in den Titeln sieht. Das wäre einmal ein übertriebener Gebrauch von Großbuchstaben und Symbolen. Der Titel soll zum Anschauen animieren, jedoch sollte er nicht maßlos übertrieben sein. Selbstverständlich muss dieser auch der Wahrheit entsprechen, also das wiedergeben, was im Video zu sehen ist. Außerdem möchte YouTube keine vulgäre oder unangemessene Sprache im Titel sehen, da auch Kinder und Jugendliche das lesen könnten.<sup>245</sup>

Ein weiterer Teil, der zum Kanaldesign gehört, ist die Videobeschreibung. In der Beschreibung sollen genauere Informationen zum Video stehen. Insgesamt können die Content Creator bis 5.000 Zeichen einfügen. Es sollte jedoch beachtet werden, dass die ersten ein bis zwei Zeilen, also 100 bis 120 Zeichen, in den Suchergebnissen zu sehen sind.<sup>246</sup> Aus diesem Grund sollte am Anfang der Beschreibung stehen, um was es in dem Video geht. Dazu sollten auf jeden Fall Keywords verwendet werden, weil der Algorithmus auch darauf achtet.<sup>247</sup> In der restlichen Beschreibung können weitere Informationen, wie beispielsweise Verlinkungen zu anderen Social-Media-Kanälen oder anderen Videos, stehen.

## 4.2 Aufbau eines Videos

Dieses Kapitel soll sich mit dem Aufbau eines Videos beschäftigen. Bevor begonnen wird ein Video zu produzieren, müssen einige Fragen beantwortet werden. Zuerst muss überlegt werden, wie der Inhalt des Videos präsentiert werden soll. Da gibt es verschiedene Möglichkeiten, die Content Creator angehen können. Er könnte sich selbst vor die Kamera stellen und den eigenen Inhalt vortragen. Der Vorteil an diesen Videos ist, dass der Zuschauer ein Gesicht zu dem Kanal bekommt und somit mehr mit diesem sympathisieren kann. Ein Video wird dadurch auch persönlicher. Damit das Video jedoch nicht langweilig wird, ist es von Vorteil kleinere Animationen einzusetzen, um etwas mehr Leben und Bewegung ins Video zu bringen. Somit wird gewährleistet, dass die Zuschauer nicht mittendrin abschalten und sich ein anderes Video anschauen. Dabei könnten Statistiken oder das gesprochene Wort als Symbole eingeblendet werden. Ungefähr so arbeitet auch der bereits erwähnte Kanal *MrWissen2Go*.<sup>248</sup> Eine andere Möglichkeit ist es mit Off-Sprecher zu arbeiten, der den Inhalt aus dem Hintergrund wiedergibt. Im Video selbst ist kein Sprecher zu sehen. Das einzige was gezeigt wird sind Animationen. Diese können je nach Wissensstand

---

<sup>245</sup> Vgl. Creator Academy (o. j.), Wirkungsvolle Thumbnails und Titel erstellen - YouTube

<sup>246</sup> Vgl. Manteuffel (2018), YouTube-SEO: Diese Tipps bringen Deine Videos zum Ranken

<sup>247</sup> Vgl. Creator Academy (o. j.), Clevere Beschreibungen erstellen - YouTube

<sup>248</sup> Vgl. YouTube (o. j.), MrWissen2go - YouTube

mehr oder weniger aufwendig produziert sein. Der Vorteil dieser Art von Video besteht darin, dass komplizierte Prozesse auf vereinfachte Weise dargestellt werden können. Zuschauer werden auch nicht von der Person vor der Kamera abgelenkt. Dadurch konzentrieren sich die Zuschauer voll und ganz auf den Inhalt. Ein gutes Beispiel für diese Vorgehensweise ist der Kanal Kurzgesagt – In a Nutshell. Mit leichtverständlichen Animationen werden den Zuschauern komplizierte Prozesse interessant und unterhaltend präsentiert.<sup>249</sup>

Selbstverständlich gibt es noch mehrere Möglichkeiten den Inhalt eines Videos zu präsentieren. Es wäre auch denkbar, sich an einer Sendung zu orientieren. Demnach gäbe es Moderatoren, Off-Sprecher und kleine Einspieler. Diese Art erfordert aber mehr Personal und mehr Zeit für die Produktion. Was alle Präsentationsmöglichkeiten gemeinsam haben ist ein sicherer Sprecher. Niemand erwartet einen professionellen Moderator oder Sprecher. Es ist aber gut, wenn die Person, welche zu hören und/oder zu sehen ist, sicher und natürlich ist.

Nachdem nun klar ist, welche Form das Video haben soll, ist es wichtig sich über den Inhalt Gedanken zu machen. Bereits die ersten fünf bis zehn Sekunden entscheiden darüber, ob die Zuschauer ein Video weiterschauen oder ein anderes Video anklicken.<sup>250</sup> Aus diesem Grund muss der Anfang besonders viel Aufmerksamkeit vom Creator bekommen. Auch hier gibt es verschiedene Ansatzmöglichkeiten ein Video zu beginnen. Eine Möglichkeit wäre es, ein Problem in Form einer Frage darzustellen. Die Zuschauer, welche auf das Video geklickt haben, haben vermutlich das Gleiche Problem. Durch die Frage zu Beginn bekommt der Zuschauer das Gefühl, nicht allein mit dem Problem zu sein. Nachdem das Problem dargestellt wurde, sollte der Hinweis kommen, dass in dem Video eine Lösung für das genannte Problem präsentiert wird. Durch diese Art von Einleitung wird die Neugier der Zuschauer geweckt und es enthält eine kurze und passende Beschreibung des Videos. Eine andere Möglichkeit die Zuschauer zum Weiterschauen zu motivieren ist es, einen interessanten Fakt oder Mythos darzustellen und diesen zu hinterfragen. Um das Ganze etwas verständlicher zu machen, hier ein Beispiel:

Zu Beginn des Videos wird gesagt, dass sich die Klopspülung nördlich des Äquators andersherum dreht, als südlich des Äquators. Danach würde die Frage kommen, ob das wirklich so ist. Und zum Schluss der Hinweis, dass es die Antwort hier in dem Video gäbe.

---

<sup>249</sup> Vgl. YouTube (o. j.), Kurzgesagt – In a Nutshell - YouTube

<sup>250</sup> Vgl. Manteuffel (2018), YouTube-SEO: Diese Tipps bringen Deine Videos zum Ranken

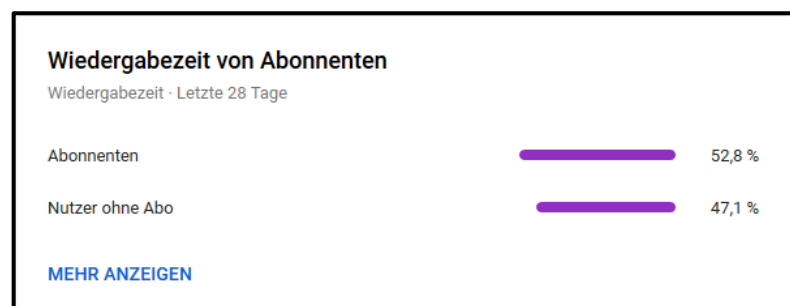


Auch durch diese Einleitung wird das Interesse der Zuschauer geweckt, weil sie entweder die Lösung noch nicht wissen oder die Lösung bereits kennen und eine Bestätigung ihres Wissens suchen.

Doch egal welche Einleitung der YouTuber wählt, zu Beginn sollte immer der Titel und/oder Thumbnail bestätigt werden. Denn sonst fühlen sich die Zuschauer hinters Licht geführt und schalten sofort ab. Auf jeden Fall sollte das Video auch nach der Einleitung interessant und unterhaltsam sein. Denn sobald die Zuschauer gelangweilt werden, verlassen sie das Video.

Je nachdem wie aufwändig das Thema eines Videos ist, ist es sinnvoll einen Drehplan zu erstellen. Dadurch hat der Content Creator einen Fahrplan, an dem er sich orientieren kann und muss nicht ständig pausieren, um nachzuschauen, welcher Punkt als nächstes kommt. Außerdem ist es sinnvoll den Text vorzubereiten, der während des Videos aufgesagt wird, ähnlich zu einem Teleprompter beim Fernsehen. Es ist ebenso sinnvoll zu wissen, was für Videos in den nächsten Wochen und Monaten produziert werden, damit nicht nach dem ersten Video keine Ideen für weitere vorhanden sind. Denn nur dadurch bleibt der Kanal aktuell und kann eine treue Zuschauerschaft aufbauen.

Viele Zuschauer schauen sich Videos von bestimmten YouTubern an, ohne diese abonniert zu haben. Auch das Liken und Kommentieren eines Videos wird gerne mal vergessen.



**Abbildung 17: Verhältnis zwischen Abonnenten und Nutzern ohne Abo** <sup>251</sup>

Um dem entgegenzuwirken, haben YouTuber mehrere Ansatzmöglichkeiten. Die einfachste Möglichkeit ist es, die Zuschauer am Anfang des Videos, wo die meisten noch zuschauen, daran zu erinnern ein Abo, Like und Kommentar dazulassen. Bei dieser Methode ist jedoch darauf zu achten, dass es sich nicht nach betteln anhört und auch nicht zu aufdringlich auf die Zuschauer wirkt. Die Zuschauer sollten sich nicht gezwungen fühlen mit dem Video zu interagieren. Eine elegantere Lösung ist es, solch einen Aufruf ins Video zu schneiden. Das kann wiederum auch verschieden aussehen. Entweder durch einen Banner, der

<sup>251</sup> Vgl. DiePixelHelden (2012), DiePixelHelden - YouTube



zu einer bestimmten Zeit eingeblendet wird oder durch die direkte Einarbeitung in die Umgebung.



Abbildung 18: Einblendung einer Erinnerung im Video <sup>252</sup>

### 4.3 Nutzung des YouTube-Algorithmus

Kontinuität ist auf YouTube enorm wichtig, damit die Videos vom Algorithmus erfasst werden. Der Algorithmus sorgt nämlich dafür, dass nur die Videos angezeigt werden, die auch der Suchanfrage der Nutzer entspricht. Der YouTube-Algorithmus analysiert verschiedene Kriterien, um ein Video zu bewerten. Bereits vor dem Hochladen des Videos können verschiedene Methoden angewendet werden, damit das Video im Ranking höher steigt.

Zu Beginn ist es sinnvoll eine Untersuchung der passenden Keywords zu betreiben. Leider stellt YouTube kein Keyword-Research-Tool zur Verfügung. Es ist aber möglich dafür beispielsweise den *Keyword Planner*<sup>253</sup> von Google Ads zu verwenden. Für Content Creator ist es wichtig zu wissen, nach was die Nutzer auf YouTube überhaupt suchen. Denn nur so ist es für Ersteller möglich Titel, Tags und Beschreibung passend zu wählen. Sind die korrekten Keywords gefunden ist es von Vorteil das hochzuladende Video bereits mit dem Haupt-Keyword zu beschriften.<sup>254</sup>

Nachdem Keywords gefunden sind und das Video hochgeladen ist, ist es an der Zeit den Titel zu beschriften. Es ist zu empfehlen, das Haupt-Keyword sowie Neben-Keyword in den Titel einzubauen. An den Anfang des Titels sollte das Haupt-Keyword gesetzt werden, weil dadurch der Algorithmus schneller erkennt, was in dem Video das Thema ist. Danach folgt eine kurze Erklärung mit dem Neben-Keyword. Und zum Schluss kommt noch der Name des Kanals.<sup>255</sup>

<sup>252</sup> Vgl. DiePixelHelden (2020), CALL OF DUTY: MODERN WARFARE - HARDCORE - Ragen auf Rust - YouTube

<sup>253</sup> Vgl. Google Ads (o. j.), Mit Recherche-Tools die richtigen Keywords auswählen – Google Ads

<sup>254</sup> Vgl. Tworuschka (2020), YouTube-SEO – die wichtigsten Rankingfaktoren für euer Video

<sup>255</sup> Vgl. Tworuschka (2020), YouTube-SEO – die wichtigsten Rankingfaktoren für euer Video

Wie bereits im Kapitel 4.1 Kanaldesign angesprochen sind die ersten 100 bis 120 Zeichen wichtig für den YouTube-Algorithmus.<sup>256</sup> Deshalb ist es auch hier zu empfehlen, Haupt- und Neben-Keywords sinnvoll in der Beschreibung zu platzieren. Weiterführende Informationen, die in der Beschreibung stehen sind hilfreich, da sie YouTube dabei helfen das Video besser einzuordnen.<sup>257</sup>

Auch in den sogenannten Tags sollten sich Keywords wiederfinden. Tags sind Schlagworte, die das Video beschreiben. Die Reihenfolge der Tags ist jedoch nicht wichtig.<sup>258</sup> Es ist nur darauf zu achten, dass viele Schlagworte verwendet werden. Jedoch sollte darauf geachtet werden, kein Spam in den Tags zu betreiben.<sup>259</sup> Inwieweit jedoch die Tags wichtig sind, ist nicht genau bekannt. Eine Studie von *Briggsby* will herausgefunden haben, dass es nur eine geringe positive Korrelation zwischen Keywords in den Tags und der Position im Ranking gibt.<sup>260</sup> Auch der YouTube-Kanal *So geht YouTube* sagt, dass YouTube-Tags keine große Rolle spielen.<sup>261</sup> Diese Annahme wird auch von YouTube bestätigt. Titel, Thumbnail und Beschreibung sind wesentlich wichtiger, um ein hohes Ranking zu erzielen.<sup>262</sup>

Der YouTube-Algorithmus schaut nicht nur, ob die Suchanfrage der Zuschauer mit dem Titel, der Beschreibung und dem Videoinhalt übereinstimmen, sondern auch, ob das Video ein hohes Engagement aufweist. Mit Engagement sind sämtliche Interaktionen zwischen Zuschauern und dem Video gemeint. Es wird beispielsweise geschaut wie viele Likes/Dislikes ein Video hat. Auch die Anzahl der Kommentare fließen in das Ranking ein. Und ebenso ist die Click-Through-Rate (CTR) wichtig für die Bewertung.<sup>263</sup> Die CTR gibt an, wie viel Prozent der Personen, denen das Video angezeigt wurde, auch draufgeklickt haben.<sup>264</sup> Ist die CTR demnach hoch, schafft es das Video, dass Nutzer dieses anschauen. Und genau das möchte YouTube und platziert deshalb das Video in einer höheren Position.<sup>265</sup> All diese Punkte können nur indirekt von Content Creator beeinflusst

---

<sup>256</sup> s. Kapitel 4.1 Kanaldesign ; S. 53

<sup>257</sup> Vgl. Manteuffel (2018), YouTube-SEO: Diese Tipps bringen Deine Videos zum Ranken

<sup>258</sup> Vgl. *So geht YouTube* (2019), Hat die Tags-Reihenfolge Auswirkung auf dein Ranking? #WieGehtYoutube - YouTube

<sup>259</sup> Vgl. Google Support (o. j.), Video-Tags hinzufügen - YouTube-Hilfe

<sup>260</sup> Vgl. Briggsby (2018), YouTube SEO: How to Rank YouTube Videos [Study]

<sup>261</sup> Vgl. *So geht YouTube* (2019), Hat die Tags-Reihenfolge Auswirkung auf dein Ranking? #WieGehtYoutube - YouTube

<sup>262</sup> Vgl. Google Support (o. j.), Video-Tags hinzufügen - YouTube-Hilfe

<sup>263</sup> Vgl. Oh (2020), YouTube SEO: Wie deine Videos ranken - komplette Anleitung

<sup>264</sup> Vgl. *onlinemarkteing.de* (o. j.), Click-Through-Rate (CTR) Definition | OnlineMarketing.de Lexikon

<sup>265</sup> Vgl. Dean (2020), YouTube SEO: How to Rank YouTube Videos in 2020

werden. Lediglich durch Aufforderungen im Video, können die Zuschauer zu einem Like und Kommentar animiert werden.

Der wichtigste Punkt ist jedoch die Watch Time. Der Watch Time sind wiederum weitere Kriterien untergeordnet und in verschiedene Punkte aufgeteilt.

Die verschiedenen Punkte sind:<sup>266</sup>

#### Videolänge

Ein längeres Video könnte dafür sorgen, dass sich Zuschauer länger auf der Plattform bewegen und das bedeutet mehr Geld für YouTube, durch mehr Werbeeinblendungen.

#### View Duration

Das ist die Anzahl der Minuten, die ein Video geschaut wird. Hier gilt selbstverständlich, je höher, desto besser.

#### Uploadfrequenz

YouTube belohnt Kanäle, die einen aktiven Kanal betreiben, auf dem regelmäßig Videos hochgeladen werden.<sup>267</sup> Ungefähr zwei bis drei Videos pro Woche, bei guter Qualität, reichen.<sup>268</sup>

#### Wiedergabezeit eines Kanals

Nicht nur die Wiedergabezeit eines einzelnen Videos ist wichtig, sondern auch die des Kanals. Die Wiedergabezeiten aller Videos werden hier zusammengefasst.<sup>269</sup>

#### YouTube-Session-Start

Wenn das eigene Video das erste ist, welches die Zuschauer in dieser Session sehen, wird es von YouTube besser eingestuft.<sup>270</sup>

#### YouTube-Session-Dauer

Das ist die Dauer, die ein Nutzer auf YouTube verbringt. Sorgen also die eigenen Videos dafür, dass die Zuschauer länger auf der Videoplattform verweilen, wird es von YouTube belohnt.<sup>271</sup>

#### YouTube-Session-Ende

Es ist von Vorteil, wenn das eigene Video nicht das letzte ist, das die Zuschauer anschauen, bevor sie die Plattform verlassen. Dieser Effekt wirkt sich negativ auf den Algorithmus aus.<sup>272</sup>

---

<sup>266</sup> Vgl. Michel (2019), YouTube-Algorithmus: 7 interessante Fakten, die du kennen solltest | OnlineMarketing.de

<sup>267</sup> Vgl. Eder (2018), YouTube SEO - Die Nummer 1 werden im YouTube Ranking | tubics

<sup>268</sup> Vgl. Tworuschka (2020), YouTube-SEO – die wichtigsten Rankingfaktoren für euer Video

<sup>269</sup> Vgl. Eder (2018), YouTube SEO - Die Nummer 1 werden im YouTube Ranking | tubics

<sup>270</sup> Vgl. Eder (2018), YouTube SEO - Die Nummer 1 werden im YouTube Ranking | tubics

<sup>271</sup> Vgl. Eder (2018), YouTube SEO - Die Nummer 1 werden im YouTube Ranking | tubics

<sup>272</sup> Vgl. Eder (2018), YouTube SEO - Die Nummer 1 werden im YouTube Ranking | tubics

Um die Videos weiter zu optimieren können auch Untertitel bzw. Transkripte eingefügt werden. Eigentlich für Hörgeschädigte gedacht, ist es auch für Suchmaschinen vorteilhaft, da sie durch die Untertitel besser verstehen können, was der Inhalt des Videos ist.<sup>273</sup>

Alle Faktoren zusammen sind entscheidend dafür, ob der YouTube-Algorithmus das Video auf der Startseite in den Vorschlägen weit oben in den Suchergebnissen oder in den Trends anzeigt. Wie genau der Algorithmus die einzelnen Faktoren gewichtet ist das Firmengeheimnis von YouTube und Google. Jeder Content Creator sollte jedoch auf diese Faktoren achten und versuchen diese zu optimieren. Dank dem Analytics-Tool, welches von YouTube zur Verfügung gestellt wird, können die meisten Punkte angezeigt und analysiert werden. Dadurch können sich die Creator einen Überblick über die Kanalsituation verschaffen und ggf. Maßnahmen zur Optimierung durchführen.

#### 4.4 Social Media

Regelmäßige Uploads auf YouTube sind sehr wichtig, um sich eine Community aufzubauen und langfristig Erfolg zu haben. Ein Blick auf große YouTuber zeigt, dass diese auch sehr aktiv auf anderen sozialen Netzwerken tätig sind. Eine Präsenz auf Facebook, Instagram und Twitter ist heutzutage schon ein Muss für alle Content Creator. Es ist zwar möglich auch auf YouTube sich mit seiner Community, über Communitybeiträge<sup>274</sup> oder in Kommentaren, auszutauschen, aber die anderen sozialen Netzwerke können dafür genutzt werden die eigene Reichweite zu erhöhen und die eigenen Videos zu promoten. Da die eigenen Abonnenten nicht unbedingt über jedes Video informiert werden,<sup>275</sup> könnten die Creator genau dafür Social-Media-Kanäle nutzen. Facebook und Twitter bieten hier sogar die Möglichkeit einen Post vorher zu planen und zu einem späteren Zeitpunkt automatisch zu veröffentlichen.<sup>276 277</sup>

---

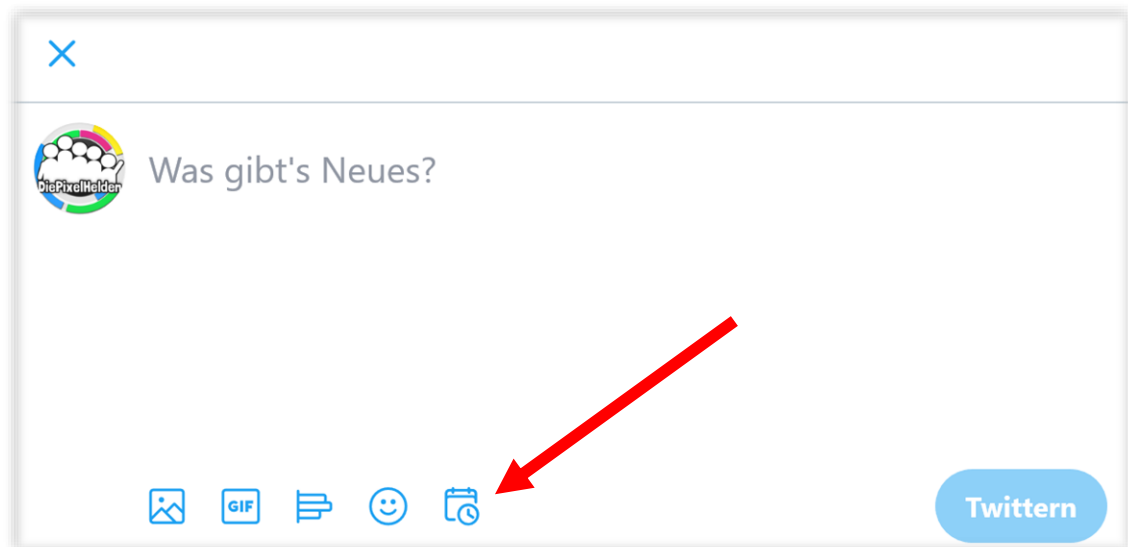
<sup>273</sup> Vgl. Manteuffel (2018), YouTube-SEO: Diese Tipps bringen Deine Videos zum Ranken

<sup>274</sup> Vgl. Creator Academy (o. j.), Sich über Communitybeiträge mit Zuschauern austauschen - YouTube

<sup>275</sup> s. Kapitel 2.2.3.1 Abonnieren und Benachrichtigung; S. 15

<sup>276</sup> Vgl. Petereit (2019), Twitter testet Planung von Tweets in der Web-App

<sup>277</sup> Vgl. Hill (2018), Facebook Beitrag planen und bearbeiten - Katrin Hill



**Abbildung 19: Twitter-Beitrag planen** <sup>278</sup>

Direkt nach dem Hochladen des Videos können die Content Creator einen Beitrag auf deren Social-Media-Kanälen planen und zum gleichen Zeitpunkt wie das Video veröffentlichen, vorausgesetzt das Video wird auch erst später veröffentlicht. Durch das Vorausplanen wird den Content Creatoren eine kleine Last abgenommen, weil sie nicht mehr daran denken müssen, ihr neues Video auf Facebook und Twitter zu promoten. Das ist gerade dann ein enormer Vorteil, wenn zwei bis drei Videos pro Woche veröffentlicht werden. Ein weiterer Vorteil durch die Beiträge auf anderen sozialen Netzwerken ist, dass Follower diese Beiträge viel leichter und schneller teilen können. Dadurch erhöht sich die eigene Reichweite um die Reichweite der Follower. Es werden also Personen angesprochen, die vorher nichts mit dem eigenen Kanal zu tun hatten und möglicherweise Interesse für den Kanal haben könnten.

Ein Blick auf die Nutzerzahlen der großen sozialen Netzwerke zeigt, dass es sich auf jeden Fall lohnt, da täglich sehr viele Personen auf diesen aktiv sind. Facebook verzeichnet etwa 23 Millionen tägliche Nutzer in Deutschland. 1,4 Millionen Deutsche sind täglich auf Twitter aktiv und bei Instagram sind es sogar 9 Millionen am Tag.<sup>279</sup> Das Potential ist demnach da, jedoch ist nicht möglich alle Nutzer zu erreichen.

Die sozialen Netzwerke können auch für andere Themen, neben den Videos, verwendet werden. Sie können dafür genutzt werden, um mit den Followern etwas aus dem Privatleben zu teilen. Follower und Zuschauer sind oft sehr daran interessiert, was die Content Creator in ihrer Freizeit unternehmen. Deshalb ist

<sup>278</sup> Vgl. DiePixelHelden (2012), DiePixelHelden (@DiePixelHelden) / Twitter

<sup>279</sup> Vgl. Kontor 4 (2020), Social Media 2020: Aktuelle Nutzerzahlen - KONTOR4

es angebracht, ab und an etwas aus der Freizeit zu posten. Ob es nun ein besonderes Essen ist, ein toller Schnappschuss aus dem letzten Urlaub oder ein Bild vom letzten Videodreh. Die Möglichkeiten und Motive sind nahezu grenzenlos. Doch es sollte nicht übertrieben werden. Einfach einen Beitrag zu posten um des Beitragswillen ist nicht Sinn der Sache. Ein Post sollte etwas Besonderes bleiben. Sonst fühlen sich die Follower von einem nur zugemüllt. Und dadurch wird statt mehr Reichweite, genau das Gegenteil erreicht. Mit solchen Posts aus dem Privatleben geben die Content Creator ihren Followern und Zuschauern das Gefühl, dass sie ein Teil ihres Lebens sind und das sie gerne besondere Momente mit ihren Fans teilen. Dadurch wird die Beziehung zur Community angehoben und gestärkt.

Die verschiedenen sozialen Netzwerke eignen sich für verschiedene Beiträge. Es ist zu empfehlen, nicht ein und denselben Beitrag auf allen Plattformen zu veröffentlichen. Dieses Vorgehen nennt sich „Crossposting“. In den Augen der Follower könnte das als lieblos wirken, weil es als Spam wahrgenommen werden kann. Außerdem funktioniert nicht jeder Beitrag auf den verschiedenen Plattformen gleich.<sup>280</sup> Wo Hashtags auf Twitter und Instagram gang und gebe sind, werden sie auf Facebook kaum bis gar nicht verwendet. Auf Facebook wiederum ist es möglich längere Texte zu posten. Das würde bei Twitter nur bedingt funktionieren, da dort nur 280 Zeichen<sup>281</sup> pro Tweet erlaubt sind. Es ist demnach wichtig für jede Plattform einen individuellen Beitrag zu erstellen. Oder zumindest so weit anzupassen, dass er für die jeweilige Plattform verwendbar ist. Denn jede Plattform hat verschiedene Funktionen und Formate, die beim Crossposting beachtet werden sollten. Zudem haben die sozialen Netzwerke unterschiedliche Communitys, die auf unterschiedlichste Weise angesprochen werden sollten. Eine Plattform wie Instagram wird hauptsächlich von jüngeren Leuten verwendet. Wobei bei Facebook eine breitere Altersgruppe vertreten ist.<sup>282</sup> Deshalb kann und sollte sich die Tonalität auf den verschiedenen Plattformen unterscheiden. Damit die Beiträge korrekt in den sozialen Netzwerken dargestellt und von der jeweiligen Community positiv aufgenommen werden, ist es sinnvoll „Cross-Promotion“ zu betreiben. Das ist im Gegensatz zu Crossposting, ein Vorgehen, bei dem die Beiträge an das soziale Netzwerk angepasst werden.<sup>283</sup> Mit Hilfe kostenpflichtiger Tools ist das Crossposting auf verschiedenen Plattformen ebenfalls möglich. Mit diesen Tools ist es dem Nutzer

---

<sup>280</sup> Vgl. Tamblé (2019), Was ist Crossposting in Social Media? - Blog2Social Blog - Social Media Marketing für Blogs

<sup>281</sup> Vgl. Selle (2017), 280 Zeichen: So reagieren Nutzer auf die Twitter-Veränderung - WELT

<sup>282</sup> Vgl. ARD & ZDF (2019), Anteil der Nutzer von Social-Media-Plattformen nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2019

<sup>283</sup> Vgl. Mitryaev (2018), Cross-Promotion vs. Cross-Posting: Diese Strategie klappt am besten!



erlaubt, Beiträge individuell anzupassen und zu verschiedenen Zeiten auf unterschiedlichen Plattformen zu veröffentlichen.<sup>284</sup> Mögliche Tools könnten *Hootsuite*<sup>285</sup> oder *Buffer*<sup>286</sup> sein.

Welches soziale Netzwerk ist für welche Art von Beitrag am geeignetsten? Im Grunde kann jedes Netzwerk für jeden Beitrag genutzt werden. Jedoch bieten die einzelnen Plattformen gewisse Vorteile, die für bestimmte Arten von Beiträgen praktisch sind. Facebook bietet sich vor allem zur Benachrichtigung neuer Videos an. Beim Erstellen des Beitrags, wird das Thumbnail vom Video verwendet. Dazu wird ein kurzer Teasertext verfasst, der mit einem Link zum YouTube-Video führt.



**Abbildung 20: Beitrag auf Facebook** <sup>287</sup>

In Abbildung 19 ist zu sehen, wie solch ein Beitrag aussehen kann. Zu Beginn steht der Teasertext, der kurz andeuten soll, was in dem Video gezeigt wird. Außerdem soll der Text auch neugierig machen und ein Call-to-Action auslösen. Und selbstverständlich darf der Link zum Video nicht fehlen. Ein Vorteil solcher Foto-Posts ist, dass diese in der Galerie der eigenen Facebook-Seite gespeichert

<sup>284</sup> Vgl. Tamblé (o. j.), Was ist Crossposting und was muss dabei beachtet werden?

<sup>285</sup> Vgl. Hootsuite (o. j.), Social Media Marketing- & Management-Dashboard – Hootsuite

<sup>286</sup> Vgl. Buffer (o. j.), Simpler social media tools for authentic engagement | Buffer

<sup>287</sup> Vgl. DiePixelHelden (2012), Die Pixel Helden - Startseite

werden und somit immer wieder aufrufbar sind. Ein weiterer Vorteil ist, dass dadurch mehr Leute erreicht werden als mit einem Link-Post.<sup>288</sup>

Anders als Facebook ist Twitter eine extrem schnelllebige Plattform. Es ist zwar auch möglich Benachrichtigungen zu veröffentlichten Videos zu posten, es sollte aber bedacht werden, dass dieser Beitrag auf der Startseite der Follower in der Masse untergeht. Je nach eigener Uploadfrequenz ist es sinnvoller nur besondere Videos oder Livestreams anzukündigen.



**Abbildung 21: Beitrag mit Bild auf Twitter** <sup>289</sup>

Twitter eignet sich jedoch mehr, um schnell seine Meinung zu einem bestimmten Thema kundzutun. Ein Blick auf Twitter zeigt, dass alles Mögliche gepostet wird. Von wichtigen, politischen Statements bis hin zu trivialen Ereignissen aus dem Alltag ist alles dabei. Twitter zeichnet sich ebenfalls durch die Funktionen aus, die es zum Interagieren zur Verfügung stellt.



**Abbildung 22: Interaktionsmöglichkeiten bei Twitter** <sup>290</sup>

<sup>288</sup> Vgl. Tamblé (2019), Was ist Crossposting in Social Media? - Blog2Social Blog - Social Media Marketing für Blogs

<sup>289</sup> Vgl. DiePixelHelden (2012), DiePixelHelden (@DiePixelHelden) / Twitter

<sup>290</sup> Vgl. DiePixelHelden (2012), DiePixelHelden (@DiePixelHelden) / Twitter



Beim ersten Zeichen kann ein Beitrag mit einem weiteren Tweet kommentiert werden. Dadurch wird immer der Ersteller des kommentierten Beitrags markiert. Symbol Nummer Zwei repräsentiert einen Retweet. Hier haben die Nutzer zwei Auswahlmöglichkeiten. Bei der Ersten wird der Originalpost kommentarlos auf der eigenen Twitter-Seite angezeigt. Der Urheber des Posts wird selbstverständlich angezeigt. Nur über dessen Namen steht „Du hast retweetet“.



**Abbildung 23: Retweet ohne Kommentar** <sup>291</sup>

Die zweite Möglichkeit ist der Retweet mit einem Kommentar. Dabei wird ein neuer Beitrag erstellt, welcher ein Kommentar und den ursprünglichen Beitrag enthält. Egal welche Möglichkeit gewählt wird, die Reichweite des Beitrags erhöht sich um die Reichweite des Nutzers, der retweetet. Besonders bei Kooperationen mit anderen YouTubern oder Unternehmen, ist diese Funktion sehr hilfreich, weil kurze bis keine Texte verfasst werden müssen, da die Hauptinfos bereits im ursprünglichen Beitrag stehen.

<sup>291</sup> Vgl. DiePixelHelden (2012), DiePixelHelden (@DiePixelHelden) / Twitter



**Abbildung 24: Retweet mit Kommentar** <sup>292</sup>

Das Herzsymbol wird zum Liken verwendet. Dadurch zeigen die Twitter-Nutzer, ob ihnen ein Beitrag gefallen hat. Das ist mit Abstand die schnellste Interaktionsmöglichkeit für die Nutzer. Mit dem vierten Symbol hat der Nutzer drei Optionen zur Auswahl. Bei der ersten Option ist es möglich einen Beitrag per Direktnachricht an einen anderen Nutzer zu schicken. Diese Nachricht ist privat und wird nicht im Twitter-Feed angezeigt. Die nächste Möglichkeit ist es einen Tweet als Lesezeichen zu speichern. Und bei der letzten Option wird der Link zum Beitrag gespeichert. Mit den Funktionen die Twitter bereit stellt, ist eine schnelle und direkte Kommunikation mit den Followern möglich und deshalb genau dafür geeignet.

Instagram ist eine Plattform, auf der in erster Linie Bilder gepostet werden. Aber auch kleinere Clips und längere Videos können erstellt werden. Ähnlich wie Twitter ist auch Instagram eine schnelllebige Plattform. Die Beiträge der Personen, denen ein Nutzer folgt, werden seit 2016 nicht mehr chronologisch angezeigt.<sup>293</sup> Deshalb ist das Ankündigen eines neuen Videos über einen einfachen Post nicht zu empfehlen, da dieser in der Anzahl der vielen anderen Beiträge untergehen kann. Jedoch bietet Instagram noch die Möglichkeit sogenannte Insta-Stories zu verwenden. Das sind kurze Clips, die maximal 15

<sup>292</sup> Vgl. DiePixelHelden (2012), DiePixelHelden (@DiePixelHelden) / Twitter

<sup>293</sup> Vgl. Widner (2020), Instagram Feed: Vor- und Nachteile eines chronologischen Feeds

Sekunden gehen und ganz oben auf der Startseite angezeigt werden.<sup>294</sup> Sobald also jemand eine Story erstellt, bekommen es alle Nutzer angezeigt, die dieser Person folgen. Die Nutzung der Insta-Stories ist jedoch erst dann zu empfehlen, wenn die Swipe-Funktion freigeschaltet wurde. Diese wird erst ab 10.000 Follower freigeschaltet und sorgt dafür, dass die Nutzer bei einer Insta-Story nach oben wischen können und somit zum Video auf YouTube weitergeleitet werden.<sup>295</sup> Durch die Swipe-Funktion ist es demnach möglich einen unsichtbaren Link zu platzieren, ob nun zu einem YouTube-Video oder auf eine externe Website. Ohne diese Funktion gibt es keine einfache Möglichkeit ein Video in der Story zu verlinken. Die Follower müssen auf die Startseite vom Instagram-Kanal des Content Creator und hoffen, dass dieser einen Link zum YouTube-Kanal gesetzt hat. Das ist sehr aufwendig und würde deshalb von keinem gemacht werden. Die Insta-Stories können noch für eine Vielzahl anderer Gründe genutzt werden, unter anderem für Unboxing-Videos oder lustige Shortclips. Der Vorteil an den Stories ist, dass diese nach 24 Stunden wieder von Instagram gelöscht werden.<sup>296</sup>

Egal welches soziale Netzwerk mehr genutzt wird, die Hauptsache ist, dass sie genutzt werden. Es ist heutzutage einfach wichtig, als Content Creator auf den sozialen Netzwerken aktiv zu sein. Viele Unternehmen, die nach Kooperationspartnern suchen, schauen sich oft die Social-Media-Kanäle des Content Creator an und schauen dabei auf die Anzahl der Follower und wie aktiv der Kanal betrieben wird. Die sozialen Netzwerke werden oft für Gewinnspiele oder Werbung für verschiedene Produkte oder Dienstleistungen genutzt, weil diese ohne viel Aufwand und vor allem schnell den Follower präsentiert werden können. Selbstverständlich sollte nicht nur Werbung auf den sozialen Netzwerken betrieben werden. Wie bereits erwähnt, kommt es bei den Followern sehr gut an, wenn der Content Creator etwas aus seinem Privatleben postet. Denn dadurch bekommen die Follower nicht nur einen Einblick hinter die Kulissen, sondern auch die Bindung zwischen Content Creator und Zuschauer wird gestärkt.

## 4.5 Zuschauerbindung

Ein YouTube-Kanal steht und fällt mit seiner Zuschauerschaft. Ob ein Kanal Erfolg hat oder nicht hängt davon ab, ob dieser eine treue Community aufbauen

---

<sup>294</sup> Vgl. Queitsch (2018), Instagram Story – der ultimative Guide mit allen Funktionen und Tipps

<sup>295</sup> Vgl. Wiese (2020), Links in Instagram: So geht es auch ohne verifizierten Account - allfacebook.de

<sup>296</sup> Vgl. Queitsch (2018), Instagram Story – der ultimative Guide mit allen Funktionen und Tipps

kann. Doch wie kann die Zuschauerbindung gestärkt werden? Welche Tools stehen den Content Creatoren zur Verfügung, um mit ihren Zuschauern zu interagieren?

Die erste Kontaktstelle zwischen Content Creator und Zuschauer ist in der Regel der Kommentarbereich. Dort geben die Zuschauer ihr Feedback zu dem gerade gesehenen Video ab. Content Creator sollten immer einen genauen Blick auf die Kommentare haben. Denn nur da erfahren sie, falls die Zuschauer mit etwas nicht zufrieden sind. Konstruktive Kritik sollte immer wahrgenommen werden, denn diese helfen dabei den YouTube-Kanal zu verbessern. Und auf wen sollte gehört werden, wenn nicht auf die Zuschauer, für die der Content gemacht wurde. Um zu zeigen, dass der Kommentar oder die Kritik wahrgenommen wurde, ist es von Vorteil, wenn der Content Creator auf den Kommentar antwortet. Dadurch fühlt sich der Kommentierende nicht nur gehört, sondern auch miteinbezogen. Der Zuschauer bekommt das Gefühl gebraucht zu werden, weil er zur Entwicklung des Kanals beitragen konnte. YouTube hat auch dafür das Herz-Symbol eingeführt. Dieses Symbol finden die Content Creator bei den Kommentaren, neben den Buttons für Likes und Dislikes. Mit dem Herz-Symbol kann ein Youtuber öffentlich zeigen, dass ihm ein Kommentar gefällt.<sup>297</sup> Die Creator zeigen mit diesem Engagement im Kommentarbereich, dass ihnen die Meinung der Zuschauer wichtig ist.

Nicht alle Zuschauer schreiben automatisch etwas in die Kommentare. Viele schauen sich nur das Video an und vergessen dabei einfach ihre Meinung zum Video kundzutun. Andere wiederum möchten ohne triftigen Grund nichts in die Kommentare schreiben. Deshalb ist es die Aufgabe der Content Creator, ihre Zuschauer zu einem Kommentar zu ermutigen. Diese Ermutigung kann durch die Frage entstehen, ob das Video den Zuschauern gefallen hat oder wie die Meinung der Zuschauer zu einem bestimmten Thema ist.

Ein weiterer Punkt, um die Zuschauerbindung zu stärken, ist es seine Community an dem Video teilhaben zu lassen. Das funktioniert selbstverständlich nicht bei allen Formaten oder Kanälen. Doch gerade bei Gaming-Kanälen bietet es sich an, die Community bei verschiedenen Videospielen mitspielen zu lassen. Dadurch wird größere Nähe und Verbundenheit erzeugt. Die Content Creator werden von den Zuschauern als einer von ihnen wahrgenommen. Es ist aber auch möglich, die Zuschauer in die Videos einzuarbeiten. Entweder wird der Nickname irgendwie erwähnt oder gezeigt oder jemand aus der Community liefert eine interessante Idee zu einem Video. Die Hauptsache ist, dass die Zuschauer sich wahr- und ernstgenommen fühlen.

---

<sup>297</sup> Vgl. Schanze (2017), YouTube-Kommentare: Was bedeutet das Herz? Einfach erklärt

Ehrlichkeit und Offenheit sind ebenfalls Eigenschaften, die die Zuschauer an Content Creator schätzen. Aus diesem Grund sollten YouTuber jegliche Änderung am Kanal mit ihren Zuschauern kommunizieren. Sowas kann bereits beim Aussetzen eines Videos der Fall sein. Falls ein Video nicht zu einem bestimmten Zeitpunkt erscheinen wird, aus welchem Grund auch immer, ist gut, wenn die Creator, über Social Media oder einem Communitybeitrag auf YouTube, ihre Zuschauer informieren. Diese kleine Information hilft dabei, dass die Zuschauer nicht ahnungslos bleiben. Und dadurch zeigen auch die Creator, dass ihnen ihre Community wichtig ist und sie sich um diese kümmern. Auch Kooperationen mit diversen Unternehmen sollten offen kommuniziert werden. Es ist nicht nur gesetzlich vorgeschrieben bezahlte Werbung zu kennzeichnen,<sup>298</sup> sondern wird auch von YouTube selbst verlangt.<sup>299</sup> Aber auch Zuschauer möchten wissen, ob das Video bezahlte Werbung enthält oder nicht. Durch das nicht kennzeichnen einer offensichtlichen Werbung fühlen sich die Zuschauer getäuscht und reagieren auf sowas in der Regel sehr negativ.<sup>300</sup> Um diese Reaktion zu vermeiden reicht eine kurze Erwähnung am Anfang des Videos und eine Kennzeichnung in einer Ecke des Videos. Denn grundsätzlich haben die Zuschauer nichts gegen Product Placements oder Werbung, da sie wissen, dass die Content Creator dadurch ihren Lebensunterhalt finanzieren. Product Placements und bezahlte Werbung sollten allerdings nicht überhandnehmen. Solche Videos sollten die Ausnahme bilden und nicht ständiger Content sein. Eine genaue Regel existiert nicht, deshalb sollte nach Gefühl entschieden werden, ob ein Werbevideo sinnvoll wäre.

Zuschauer brauchen einen Platz, an dem sie sich austauschen und unterhalten können. Oft reicht dafür der Kommentarbereich unter den Videos nicht aus. Aus diesem Grund sollten die Content Creator, sobald sie mehr Reichweite haben, ihren Zuschauern eine Art Forum bieten, auf dem sie sich treffen können. Ein mächtiges und sehr beliebtes Tool ist „Discord“. Mit Discord ist es möglich verschiedene Sprach-, Bild-, Video- und Textkanäle zu erstellen. Das Erstellen eines Servers ist in erster Linie kostenlos. Um jedoch mehr Funktionen nutzen zu können, kann ein Abo für monatlich 4,99 Euro abgeschlossen werden.<sup>301</sup> Der Discordserver kann nach dem Erstellen für alles Mögliche genutzt werden. Ob es nun für Videobenachrichtigungen genutzt wird oder für besondere Ankündigungen, den Content Creatorn sind keine Grenzen gesetzt. Ein weiterer

---

<sup>298</sup> Vgl. Buse (o. j.), Product Placement auf Youtube, Facebook & Co., was ist zulässig?

<sup>299</sup> Vgl. Google Support (2018), Bezahltes Produkt-Placement und Empfehlungen - YouTube-Hilfe

<sup>300</sup> Vgl. Affiliate Deals (2015), Grauzone Product Placement – So verdienen YouTuber richtig Geld

<sup>301</sup> Vgl. Westenthanner (2020), Discord: Beliebter als Skype, Zoom & Co. - CHIP

Vorteil an solch einem Discordserver ist, dass die Zuschauer direkt mit den YouTubern in Kontakt treten können. Das schafft im Endeffekt wieder eine gewisse Nähe zwischen Content Creator und Zuschauer, die sich positiv auf die Zuschauerbindung auswirkt.

## 5 Fazit

YouTube ist und bleibt eine der wichtigsten Plattformen unserer Zeit. Content Creator, Konsumenten und Unternehmen sind auf der zweitgrößten Suchmaschine der Welt aktiver als je zuvor. Hinter YouTube hat sich mittlerweile ein enormes Business entwickelt, von dem jeder profitieren möchte. Von einer Plattform, auf der zu Beginn einfache Videos von Haustieren oder Unfällen hochgeladen wurden, hat sich YouTube zu einer professionellen Content-Fabrik entwickelt. Vorbei sind die Zeiten von schlechter Auflösung und verwackelten Kameras. YouTube ist für viele Menschen lange kein Hobby mehr, sondern ein Fulltimejob, welcher sehr professionell ausgeübt wird.

Die Entwicklung von YouTube hat gezeigt, dass sich die Plattform ständig weiterentwickelt, um sich der aktuellen Zeit anzupassen. Neue Funktionen werden eingeführt, andere werden überarbeitet oder gar komplett entfernt. Die Videoplattform eröffnet sich auch immer wieder neue Möglichkeiten, wie beispielsweise das Leihen oder Kaufen von Filmen und Serien oder sogar eigene Film- und Serienproduktionen.<sup>302</sup>

Content Creator und Zuschauer haben mittlerweile eine Vielzahl an Funktionen, auf die sie zurückgreifen können. Die Creator haben nicht nur die Möglichkeit durch Monetarisierung<sup>303</sup> Geld zu verdienen, sondern auch durch die Kanalmitgliedschaft<sup>304</sup>, welche die Zuschauer abschließen können. Um dem Trend des mobilen Internets entgegen zu kommen, hat YouTube das „One Channel“-Design<sup>305</sup> entwickelt. Dadurch ist es den Creatoren erlaubt, ein einheitliches Design auf allen Endgeräten zu haben. Das ist gerade dann wichtig, wenn ein Branding erzielt werden soll.

YouTube entwickelt sich nicht nur weiter, um am Puls der Zeit zu sein, sondern auch wegen der immer stärker werdenden Konkurrenz. Auch wenn YouTube die zweitmeistbesuchte Website der Welt ist,<sup>306</sup> ist der Livestreaming-Markt in der Hand von Twitch.<sup>307</sup> Viele Funktionen, die Twitch besonders machen, fehlen bei YouTube Gaming, dem Livestreaming-Bereich von YouTube, derzeit noch. Da muss YouTube Gaming noch etwas nachbessern, um mit Twitch mithalten zu können. Denn dass es schnell vorbei sein kann, ist an dem Beispiel Mixer<sup>308</sup> zu

---

<sup>302</sup> s. Kapitel 2.2.3.2 YouTube Premium und Spenden; S. 15

<sup>303</sup> s. Kapitel 2.2.1.1 Partnerprogramm und Monetarisierung; S. 4

<sup>304</sup> s. Kapitel 2.2.1.2 Kanalmitgliedschaft; S. 5 ff.

<sup>305</sup> s. Kapitel 2.2.2.1 One Channel; S. 11

<sup>306</sup> s. Kapitel 2.1 Fakten & Entwicklung; S. 3

<sup>307</sup> s. Kapitel 2.3.1.1 Twitch; S. 17

<sup>308</sup> s. Kapitel 2.3.1.2 Mixer; S. 21



sehen. Die Onlinewelt ist eine Welt, die schnelllebig ist und stetiger Veränderung ausgesetzt ist.. Wer es nicht schafft Traffic zu generieren, wird abgehängt und offline gesetzt. Es ist demnach sehr wichtig Trends frühzeitig zu erkennen und sich darauf vorzubereiten.

Die Videoplattform muss sich stets auf neue Situationen einstellen und anpassen. So wie jüngst auf den Beschluss des europäischen Parlaments zur Urheberrechtsreform im März 2019<sup>309</sup>. Gerade Artikel 17 in dieser Reform ist für Plattformen wie YouTube besonders wichtig. Dieser besagt, dass in Zukunft die Plattformen für Urheberrechtsverletzungen haftbar sind und nicht die Person, die es verbreitet hat. Um die urhebergeschützten Werke auf ihrer Plattform anbieten zu können, müssen die Betreiber, entweder die Erlaubnis des Urhebers haben oder eine entsprechende Lizenz erwerben. Da jeder Mensch, der Urheber seiner Werke ist, ist das mit der Lizenz allein schon wegen der Masse nicht möglich. Aus diesem Grund müsste YouTube und Co. bereits beim Upload kontrollieren, ob es sich um urhebergeschütztes Material handelt. Allein schon bei YouTube werden pro Minute 400 Stunden<sup>310</sup> Videomaterial hochgeladen. Damit diese Masse an Material geprüft werden kann, sind sogenannte Uploadfilter die wahrscheinlichste Lösung. Diese prüfen beim Upload, ob es sich um geschütztes Material handelt und löscht die Datei im Zweifelsfall. YouTube besitzt bereits seit längerer Zeit das Content-ID-System<sup>311</sup>, welches wie eine Art Filter funktioniert. Inwieweit das Content-ID-System bestehen bleibt oder doch geändert werden muss, steht noch nicht fest.<sup>312</sup>

Am Anfang von Kapitel 3 wurde die Frage gestellt: „Wie tot ist das Fernsehen wirklich?“.<sup>313</sup> Wenn den Statistiken Glauben geschenkt wird, ist das Fernsehen noch lange nicht tot. Von den 687 Minuten täglicher Mediennutzung, verbringen die Deutschen 236 Minuten mit fernsehen. Im Vergleich dazu sind die Deutschen im Durchschnitt 182 Minuten pro Tag im Internet.<sup>314</sup> Doch ein gewisser Trend zum reinen Onlinekonsum ist zu erkennen. Es kommt nämlich darauf an, welche Altersgruppe gefragt wird. Die Personen unter 30 Jahren konsumieren deutlich weniger Fernsehen als die Personen über 30 Jahren. Das Internet ist das neue Hauptmedium. Über die Jahre hinweg ist die Nutzungsdauer vom Internet enorm angestiegen, von täglich 17 Minuten bis hin zu 182 Minuten. Bei den unter 30-

---

<sup>309</sup> Vgl. Misini (2019), Artikel 13 durchgesetzt | Bedeutung für das Internet

<sup>310</sup> s. Kapitel 2.1 Fakten & Entwicklung; S. 3

<sup>311</sup> Vgl. Google Support (o. j.), So funktioniert Content ID - YouTube-Hilfe

<sup>312</sup> Vgl. Krempf (2020), Artikel 17: Justizministerium will Upload-Filter weitgehend überflüssig machen | heise online

<sup>313</sup> s. Kapitel 3 Medienkonsumverhalten; S. 23

<sup>314</sup> s. Kapitel 3.2.1 Die Nutzungsdauer von YouTube und Fernsehen; S. 35 f.

Jährigen ist die tägliche Nutzungsdauer sogar bei 366 Minuten pro Tag.<sup>315</sup> Und obwohl es heutzutage problemlos möglich ist, Fernsehsendungen bei Ausstrahlung Live im Internet zu schauen, nutzen das gerade mal 13 % mindestens einmal in der Woche.<sup>316</sup> Das Problem ist dabei, dass die Menschen nicht die Zeit haben, eine Sendung zur Ausstrahlungszeit anzuschauen. Die Menschen wollen in der aktuellen Zeit ihr Programm selbst bestimmen, das heißt selbst entscheiden wann und was sie schauen möchten. Aus diesem Grund nutzen auch 35 % mindestens einmal die Woche die Möglichkeit, Fernsehsendungen zeitversetzt im Internet zu schauen. Aber auch Streaminganbieter wie Netflix und Amazon Prime Video erleben einen Boom. Die Hälfte aller Haushalte in Deutschland hat ein Abonnement bei mindestens einem Anbieter.<sup>317</sup> Auch die Umfrage zum Konsumverhalten von YouTube und Fernsehen hat gezeigt, dass das Fernsehen zwar noch von 62,6 % genutzt wird, davon haben jedoch 63,6 % angegeben, dass sie unter einer Stunde pro Tag fernsehen.<sup>318</sup> Und durch den Siegeszug des Smartphones wurde der Fernseher als Hauptgerät für den Medienkonsum vom Smartphone abgelöst.<sup>319</sup> Der Trend zur Selbstbestimmung wird die Fernsehlandschaft in naher Zukunft stark verändern. Jedoch ist momentan nicht zu sagen, dass das Fernsehen vom Internet verdrängt wird. Die beiden Medien ergänzen sich vielmehr.

Die Statistiken und die Umfrage haben gezeigt, dass das Fernsehen meistens zur Informationsbeschaffung genutzt wird. Über 40 % schauen sich am liebsten Nachrichten im Fernsehen an, weil diese noch ein hohes Vertrauen genießen. Aber auch Sportveranstaltungen werden gerne gesehen, da diese oft nur über Pay-TV empfangbar sind.<sup>320</sup> Aber auch das Internet wird von fast 90 % für informative Zwecke genutzt.<sup>321</sup>

Und weil die jungen Menschen hauptsächlich im Internet aktiv sind,<sup>322</sup> verstärken Fernsehsender ihre Präsenz auf Videoplattformen, wie YouTube. In diesem Punkt verfahren die Sender auf unterschiedlichste Weise. In den YouTube-Trends sind oft Sendungen aus dem Fernsehen zu finden. Diese werden auf eigenen Kanälen hochgeladen und veröffentlicht.<sup>323</sup> Dasselbe gilt auch für

---

<sup>315</sup> s. Kapitel 3.1.1 Fernsehen und Internet; S. 24 f.

<sup>316</sup> s. Kapitel 3.1.1 Fernsehen und Internet; S. 25

<sup>317</sup> s. Kapitel 3.1.1 Fernsehen und Internet; S. 26

<sup>318</sup> s. Anhang Konsumverhalten bei YouTube und Fernsehen; S. CXXXVIII

<sup>319</sup> s. Kapitel 3.1.3 Das Smartphone verändert das Verhalten; S. 28 f.

<sup>320</sup> s. Kapitel 3.3.1 Formate und Sender im Fernsehen; S. 42 f.

<sup>321</sup> s. Kapitel 3.1.2 Damalige Nutzung der Medien; S. 26

<sup>322</sup> s. Kapitel 3.2.1 Die Nutzungsdauer von YouTube und Fernsehen; S. 39

<sup>323</sup> s. Kapitel 3.3.3 Wechsel von TV zu YouTube; S. 46

Nachrichtensendungen. Wobei diese eher selten auf YouTube konsumiert werden.<sup>324</sup> Einen besseren Weg schlägt da ARD und ZDF ein. Diese setzen neben dem Hochladen von Aufzeichnungen auch auf Influencer, die unter dem Netzwerk Funk aktiv sind. Bereits über 70 Kanäle gehören zum Angebot von Funk.<sup>325</sup> Die Kanäle decken eine Bandbreite an Themen und Formate ab und dadurch für jeden etwas dabei ist. Der Vorteil an diesem Angebot ist, dass sich die jüngere Generation besser mit den YouTubern identifizieren kann, die Videos qualitativ hochwertig produziert und modern sind und es nicht diesen Hauch von „veraltetem“ Fernsehen hat. Gerade für Jugendliche ist das ein großartiges Angebot, da sie mit Themen wie Politik, Geschichte und Umwelt in Berührung kommen. Und so kann der Wechsel vom Fernseher auf YouTube funktionieren. Es ist demnach möglich Fernsehinhalte so zu verpacken, dass es gerade für junge Menschen ansprechend und informativ sein kann.

Der Aufbau eines eigenen YouTube-Kanals kann ein langjähriger und anstrengender Prozess sein. Selbstverständlich kann es auch über Nacht passieren, dass der Kanal enormen Erfolg hat. Doch die Regel sieht etwas anders aus. Die Punkte, die in dieser Abhandlung präsentiert wurden, sollen eine Hilfestellung beim Erstellen und Führen des Kanals dienen. Das Kanaldesign sollte zum Inhalt des Kanals passen und einheitlich sein. Demnach sollen Kanalbanner und Logo zusammenpassen und auf den Thumbnails sollte erkennbar sein, dass diese zum Kanal gehören. Dadurch wird ein Branding geschaffen und die Zuschauer erkennen sofort, dass es sich um einen bestimmten Kanal handelt. Dank dem „One Channel“-Design werden Kanalbanner und Co. auf jedes Endgerät angepasst. Auch auf die Beschriftung der Videos sollte geachtet werden, da diese ebenfalls dazu beitragen, ob auf das Video geklickt wird.<sup>326</sup>

Beim Aufbau des Videos sollte überlegt werden, in welche Richtung der Kanal gehen soll. Soll eine Person vor der Kamera stehen oder wird der Inhalt über Animationen dargestellt? Auch eine Kombination der beiden Vorgehensweisen ist möglich. Doch egal welche Art gewählt wird, die ersten Sekunden entscheiden darüber, ob die Zuschauer weiterschauen oder wegklicken. Hier müssen die Zuschauer neugierig gemacht werden, entweder durch eine Frage, welche die Zuschauer auf das Video gebracht hat oder durch einen Lösungsansatz für ein bestimmtes Problem.<sup>327</sup> Es ist absolut wichtig, dass das Video zu keiner Zeit

---

<sup>324</sup> s. Kapitel 3.3.3 Wechsel von TV zu YouTube; S. 48

<sup>325</sup> s. Kapitel 3.3.3 Wechsel von TV zu YouTube; S. 46

<sup>326</sup> s. Kapitel 4.1 Kanaldesign; S. 52 f.

<sup>327</sup> s. Kapitel 4.2 Aufbau eines Videos; S. 54

langweilig wird, denn sonst wird schnell ein anderes Video angeklickt. Selbstverständlich sollte der Inhalt des Videos den Titel und das Thumbnail widerspiegeln. Ist dem nicht der Fall, fühlen sich die Zuschauer hinters Licht geführt und schalten sofort ab.

Damit die eigenen Videos anderen Nutzern auf YouTube angezeigt werden, muss der YouTube-Algorithmus genutzt werden. Wie genau dieser funktioniert ist leider nicht bekannt, jedoch gibt es einige Punkte, die Auswirkungen auf das Ranking haben.<sup>328</sup> Es ist also von Vorteil auf diese Punkte zu achten, um alle Möglichkeiten zur Reichweitenerhöhung auszuschöpfen. Jedoch gibt es keinen Garant dafür, dass die Videos direkt in den Trends landet. Es hilft aber dabei, den Algorithmus besser zu verstehen und seine Videos zu optimieren.

Heutzutage ist eine Präsenz neben YouTube auf verschiedenen sozialen Netzwerken enorm wichtig. Denn dadurch wird eine größere Reichweite generiert, um seine eigenen Videos zu promoten. Die sozialen Netzwerke können dazu genutzt werden, um Follower über ein neues Video zu benachrichtigen oder um Dinge aus dem Privatleben zu teilen. Es sollte dennoch darauf geachtet werden nicht jeden „Müll“ zu posten. Ein Beitrag sollte immer etwas Besonderes sein.<sup>329</sup>

Das aktiv sein auf Social Media stärkt unter anderem auch die Zuschauerbindung. Diese ist für den Erfolg des Kanals hauptsächlich verantwortlich. Nur wenn es die Content Creator schaffen eine treue Community aufzubauen, kann der Kanal auf langfristige Sicht bestehen bleiben. Die Creator müssen darauf achten, was ihre Zuschauer zu sagen haben und bereit sein konstruktive Kritik anzunehmen. Es sollte auch ein freundschaftliches Verhältnis gepflegt werden. Die Zuschauer finden es gut, wenn ihnen die Creator auf Augenhöhe begegnen. Ehrlichkeit und Offenheit kommen ebenfalls bei Zuschauern gut an.<sup>330</sup>

Es ist schwer bei der Masse an Content Creatoren auf YouTube gefunden zu werden. Nicht nur die Anzahl der Creator ist in den letzten Jahren enorm gestiegen, nein, auch die Qualität der Videos hat sich erhöht. Dennoch sollten neue Content Creator nicht sofort das Handtuch werfen, wenn nach kurzer Zeit immer noch kein großer Erfolg zu vermelden ist. Solange der Spaß vorhanden ist und dieser im Mittelpunkt steht, sollten weiterhin Videos produziert werden. Solange eine Person diese Videos schaut und Spaß dabei hat, gibt es einen

---

<sup>328</sup> s. Kapitel 4.3 Nutzung des YouTube-Algorithmus; S. 56 fff.

<sup>329</sup> s. Kapitel 4.4 Social Media; S. 59 ff.

<sup>330</sup> s. Kapitel 4.5 Zuschauerbindung; S. 66 ff.

Grund weiterzumachen. Und vielleicht trifft einen der Hauch von Glück, welcher benötigt wird, um Groß zu werden.

## Literaturverzeichnis

**Affiliate Deals. 2015.** *Grauzone Product Placement – So verdienen YouTuber richtig Geld.* [Online] 9. März 2015. [Zitat vom: 8. Juli 2020.] <https://www.affiliate-deals.de/magazin/grauzone-product-placement-so-verdienen-youtuber-richtig-geld/>.

**AGF. 2020.** *Durchschnittliche tägliche Fernsehdauer in Deutschland in den Jahren 1997 bis 2019 (in Minuten).* [Online] 7. Januar 2020. [Zitat vom: 24. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/118/umfrage/fernsehkonsumententwicklung-der-sehdauer-seit-1997/>.

—. **2020.** *Durchschnittliche tägliche Fernsehdauer in Deutschland nach Altersgruppen in den Jahren 2018 und 2019.* [Online] 9. Januar 2020. [Zitat vom: 25. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/152389/umfrage/durchschnittliche-fernsehdauer-pro-tag/>.

**agof. 2020.** *Anzahl der Unique User von Twitch.tv von Mai 2018 bis März 2020.* [Online] 1. April 2020. [Zitat vom: 11. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/942303/umfrage/online-besucherzahlen-von-twitchde-als-zeitreihe/>.

—. **2020.** *Anzahl der Unique User von Twitch.tv von Mai 2018 bis März 2020 (in Millionen).* [Online] 1. April 2020. [Zitat vom: 8. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/942303/umfrage/online-besucherzahlen-von-twitchde-als-zeitreihe/>.

**ARD & ZDF. 2018.** *Entwicklung der durchschnittlichen täglichen Nutzungsdauer des Internets in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2018.* [Online] 10. Oktober 2018. [Zitat vom: 24. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1388/umfrage/taegliche-nutzung-des-internets-in-minuten/>.

—. **2018.** *Anteil der Deutschen, die zumindest gelegentlich Fernsehsendungen über das Internet schauen in den Jahren 2011 bis 2018.* [Online] 10. Oktober 2018. [Zitat vom: 25. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/239687/umfrage/fernsehnutzung-ueber-das-internet/>.

—. **2018.** *Anteil der Deutschen, die zumindest gelegentlich Fernsehsendungen über das Internet schauen in den Jahren 2011 bis 2018.* [Online] 10. Oktober 2018. [Zitat vom: 26. Mai 2020.]

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/239687/umfrage/fernsehnutzung-ueber-das-internet/>.

—. **2019.** *Anteil der Nutzer von Social-Media-Plattformen nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2019.* [Online] 10. Oktober 2019. [Zitat vom: 4. Juli 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/543605/umfrage/verteilung-der-nutzer-von-social-media-plattformen-nach-altersgruppen-in-deutschland/>.

**ARD & ZDF Onlinestudie. 2019.** *Infografik | ARD/ZDF-Forschungskommission.* [Online] 2019. [Zitat vom: 25. Mai 2020.] <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ardzdf-onlinestudie-2019/infografik/>.

**Baltner, Uwe. 2014.** *YouTube für Unternehmen I: Einstieg, Pflege, Content und Erfolgsmessung | UPLOAD Magazin.* [Online] 13. Oktober 2014. [Zitat vom: 23. April 2020.] <https://upload-magazin.de/9406-youtube-fuer-unternehmen/>.

**BDZV. 2019.** *Verkaufte E-Paper-Auflage in Deutschland in den Jahren 2005 bis 2019.* [Online] 1. August 2019. [Zitat vom: 30. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/249963/umfrage/e-paper-auflagen-in-deutschland-zeitreihe/>.

—. **2019.** *Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland in ausgewählten Jahren von 1991 bis 2019 (in Millionen Exemplaren).* [Online] 17. September 2019. [Zitat vom: 31. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/72084/umfrage/verkaufte-auflage-von-tageszeitungen-in-deutschland/>.

**Beisch, Natalie, Koch, Wolfgang und Schäfer, Carmen. 2019.** *ARD/ZDF-Onlinestudie 2019: Mediale Internet-nutzung und Video-on-Demand gewinnen weiter an Bedeutung.* [Online] September 2019. [Zitat vom: 27. Mai 2020.] [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2019/0919\\_Beisch\\_Koch\\_Schaefer.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2019/0919_Beisch_Koch_Schaefer.pdf).

**Berger, Daniel. 2018.** *YouTube Premium: Videos ohne Werbung schauen | heise online.* [Online] 19. Juni 2018. [Zitat vom: 4. Mai 2020.] <https://www.heise.de/newsticker/meldung/YouTube-Premium-Videos-ohne-Werbung-schauen-4084789.html>.

**Bethke, Hannah. 2016.** *Menschen haben immer weniger Zeit in modernen Gesellschaften.* [Online] 27. Mai 2016. [Zitat vom: 2. Juni 2020.] <https://www.faz.net/aktuell/rhein-main/kultur/menschen-haben-immer-weniger-zeit-in-modernen-gesellschaften-14250135.html>.

**Beuth, Patrick. 2017.** *10 Jahre iPhone: "Wir nennen es iPhone" | ZEIT ONLINE.* [Online] 9. Januar 2017. [Zitat vom: 22. Mai 2020.] <https://www.zeit.de/digital/mobil/2017-01/10-jahre-iphone-apple-steve-jobs>.



**BR. 2020.** *Johannes Gutenberg: Der geheimnisvolle Erfinder des Buchdrucks | BR Wissen.* [Online] 2. Februar 2020. [Zitat vom: 29. Mai 2020.] <https://www.br.de/wissen/gutenberg-johannes-buchdruck-druck-erfinder-100.html>.

**Briggsby. 2018.** *YouTube SEO: How to Rank YouTube Videos [Study].* [Online] 26. März 2018. [Zitat vom: 1. Juli 2020.] <https://www.briggsby.com/reverse-engineering-youtube-search>.

**Buffer. o. j..** *Simpler social media tools for authentic engagement | Buffer.* [Online] o. j. [Zitat vom: 4. Juli 2020.] <https://buffer.com/>.

**Buse, Norman. o. j..** *Product Placement auf Youtube, Facebook & Co., was ist zulässig?* [Online] o. j. [Zitat vom: 8. Juli 2020.] <https://www.kanzlei-wirtschaftsrecht.berlin/aktuelles/product-placement-auf-youtube-facebook-co-was-ist-zulaessig/>.

**Creator Academy. o. j..** *Wirkungsvolle Thumbnails und Titel erstellen - YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 24. Juni 2020.] <https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/thumbnails?cid=get-discovered&hl=de>.

**—. o. j..** *Cleverer Beschreibungen erstellen - YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 30. Juni 2020.] <https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/descriptions>.

**—. o. j..** *Sich über Communitybeiträge mit Zuschauern austauschen - YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 3. Juli 2020.] <https://creatoracademy.youtube.com/page/course/interact-with-community-posts?hl=de>.

**Dean, Brian. 2020.** *YouTube SEO: How to Rank YouTube Videos in 2020.* [Online] 21. Januar 2020. [Zitat vom: 2. Juli 2020.] <https://backlinko.com/how-to-rank-youtube-videos>.

**Die Erklärvideo Agentur. o. J..** *PreRoll, MidRoll, PostRoll & Bumper Ad – Die Erklärvideo Agentur.* [Online] o. J. [Zitat vom: 16. April 2020.] <https://die-erklaervideo-agentur.com/preroll-midroll-postroll-bumper-ad/>.

**DiePixelHelden. 2012.** *DiePixelHelden - YouTube.* [Online] 19. September 2012. [Zitat vom: 5. Juli 2020.] <https://www.youtube.com/DiePixelHelden>.

**—. 2020.** *CALL OF DUTY: MODERN WARFARE - HARDCORE - Ragen auf Rust - YouTube.* [Online] 27. Juni 2020. [Zitat vom: 7. Juli 2020.] <https://www.youtube.com/watch?v=bK7e4ZqhDbU>.

—. **2012.** *DiePixelHelden (@DiePixelHelden) / Twitter.* [Online] Dezember 2012. [Zitat vom: 8. Juli 2020.] <https://twitter.com/DiePixelHelden>.

—. **2012.** *Die Pixel Helden - Startseite.* [Online] 14. Dezember 2012. [Zitat vom: 8. Juli 2020.] <https://www.facebook.com/DiePixelHelden/>.

**Dörner, Stephan. 2019.** *Content-Chef von Funk: Wie wird ein Youtube-Kanal erfolgreich?* [Online] 31. Mai 2019. [Zitat vom: 29. Juni 2020.] <https://t3n.de/news/content-chef-funk-youtube-kanal-1167710/>.

**Düsterhöft, Arne. 2020.** *Was ist LTE? Geschwindigkeit, Verfügbarkeit & Netzabdeckung - Finanztip.* [Online] 26. Mai 2020. [Zitat vom: 27. Mai 2020.] <https://www.finanztip.de/mobiles-internet/lte/>.

**DWDL.de. 2020.** *Zuschauermarktanteile der TV-Sender im Mai 2020.* [Online] 1. Juni 2020. [Zitat vom: 19. Juni 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/75044/umfrage/zuschauermarktanteile-der-tv-sender-monatszahlen/>.

—. **2019.** *Ranking der Serien mit den meisten Zuschauern bei den 14- bis 49-Jährigen im Jahr 2019 (in Millionen).* [Online] 23. Dezember 2019. [Zitat vom: 23. Juni 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/952734/umfrage/serien-mit-den-meisten-zuschauern-14-bis-49-jahre-im-deutschen-fernsehen/>.

**Eder, Claudia. 2018.** *YouTube SEO - Die Nummer 1 werden im YouTube Ranking | tubics.* [Online] 11. Oktober 2018. [Zitat vom: 2. Juli 2020.] <https://www.tubics.com/de/blog/nummer-1-im-youtube-ranking-youtube-seo/>.

**Eimeren, Birgit van und Frees, Beate. 2010.** *ARD/ZDF-Onlinestudie 2010: Fast 50 Millionen Deutsche online – Multimedia für alle?* [Online] Juli, August 2010. [Zitat vom: 26. Mai 2020.] [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2010/07-08-2010\\_van\\_Eimeren.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2010/07-08-2010_van_Eimeren.pdf).

**Eimeren, Birgit van und Gerhard, Heinz. 2000.** *Online00\_Nutzung.pdf. ARD/ZDF-Online-Studie2000: Gebrauchswert entscheidet über Internetnutzung.* [Online] 2000. [Zitat vom: 24. Mai 2020.] [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2000/Online00\\_Nutzung.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2000/Online00_Nutzung.pdf).

**Erichsen, Cornelia. 2018.** *Umsatzbringer Twitch: Das Gaming-Portal als Geheimtipp für Marketer | t3n – digital pioneers.* [Online] 4. September 2018. [Zitat vom: 11. Mai 2020.] <https://t3n.de/magazin/umsatzbringer-twitch-gaming-portal-geheimtipp-fur-246456/2/>.

**Erxleben, Christian. 2018.** *Daten pro Stunde: So viele Informationen sammelt Google.* [Online] 29. August 2018. [Zitat vom: 30. April 2020.] <https://www.basichthinking.de/blog/2018/08/29/daten-pro-stunde-google/>.

**European Commission. 2019.** *Wie häufig schauen Sie über das Internet fernsehen?* [Online] 20. Dezember 2019. [Zitat vom: 12. Juni 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/339944/umfrage/haeufigkeit-der-fernsehnutzung-ueber-das-internet-in-der-eu/>.

**Fries, Olaf. 2019.** *Mixer-Stream: Welche Unterschiede gibt es zu Twitch?* [Online] 14. August 2019. [Zitat vom: 13. Mai 2020.] <https://www.giga.de/artikel/mixer-stream-welche-unterschiede-gibt-es-zu-twitch/>.

**Funk. o. j..** *Hey, wir sind funk.* [Online] o. j. [Zitat vom: 29. Juni 2020.] <https://www.funk.net/funk>.

**—. o. j..** *funk | Kanäle & Serien.* [Online] o. j. [Zitat vom: 29. Juni 2020.] <https://www.funk.net/channel/>.

**Games Wirtschaft. 2016.** *Game Two: Rocket Beans TV setzt Game One fort - GamesWirtschaft.de.* [Online] 17. November 2016. [Zitat vom: 30. Juni 2020.] <https://www.gameswirtschaft.de/marketing-pr/game-two-rocket-beans-tv/>.

**GlobalWebIndex. 2019.** *Verteilung der Nutzer von Twitch nach Altersgruppen weltweit im 2. Quartal 2019.* [Online] 27. August 2019. [Zitat vom: 8. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1044549/umfrage/verteilung-der-twitch-nutzer-nach-altersgruppen-weltweit>.

**Google Ads. o. j..** *Mit Recherche-Tools die richtigen Keywords auswählen – Google Ads.* [Online] o. j. [Zitat vom: 1. Juli 2020.] [https://ads.google.com/intl/de\\_de/home/tools/keyword-planner/](https://ads.google.com/intl/de_de/home/tools/keyword-planner/).

**Google Support. o. J..** *Wissenswertes zum Merchandise-Bereich - YouTube-Hilfe.* [Online] o. J. [Zitat vom: 22. April 2020.] <https://support.google.com/youtube/answer/9454088>.

**—. o. J..** *Merchandise-Bereich verwalten - YouTube-Hilfe.* [Online] o. J. [Zitat vom: 22. April 2020.] [https://support.google.com/youtube/answer/9158148?hl=de&ref\\_topic=9153997](https://support.google.com/youtube/answer/9158148?hl=de&ref_topic=9153997).

**—. o. J..** *Bestätigungskennzeichen auf Kanälen - YouTube-Hilfe.* [Online] o. J. [Zitat vom: 23. April 2020.] [https://support.google.com/youtube/answer/3046484?hl=de&ref\\_topic=9257883](https://support.google.com/youtube/answer/3046484?hl=de&ref_topic=9257883).

**—. o. J..** *YouTube-Partnerprogramm: Überblick und Voraussetzungen - YouTube-Hilfe.* [Online] o. J. [Zitat vom: 14. April 2020.] [https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=de&ref\\_topic=9153826](https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=de&ref_topic=9153826).

- . o. J.. *Videokampagnen ausrichten - Google Ads-Hilfe*. [Online] o. J. [Zitat vom: 30. April 2020.] [https://support.google.com/google-ads/answer/2454017?hl=de&ref\\_topic=3119118](https://support.google.com/google-ads/answer/2454017?hl=de&ref_topic=3119118).
- . o. J.. *YouTube Premium und Inhalte von Creatorn - YouTube-Hilfe*. [Online] o. J. [Zitat vom: 4. Mai 2020.] <https://support.google.com/youtube/answer/6306276?hl=de>.
- . o. j.. *Trends auf YouTube - YouTube-Hilfe*. [Online] o. j. [Zitat vom: 25. Juni 2020.] <https://support.google.com/youtube/answer/7239739?hl=de>.
- . o. j.. *Video-Tags hinzufügen - YouTube-Hilfe*. [Online] o. j. [Zitat vom: 1. Juli 2020.] <https://support.google.com/youtube/answer/146402>.
- . 2018. *Bezahltes Produkt-Placement und Empfehlungen - YouTube-Hilfe*. [Online] 5. Dezember 2018. [Zitat vom: 8. Juli 2020.] <https://support.google.com/youtube/answer/154235?hl=de>.
- . o. j. . *Filme und Serien - YouTube-Hilfe*. [Online] o. j. . [Zitat vom: 8. Juli 2020.] <https://support.google.com/youtube/answer/9674101?hl=de>.
- . o. j.. *YouTube Originals ansehen - YouTube-Hilfe*. [Online] o. j. [Zitat vom: 8. Juli 2020.] <https://support.google.com/youtube/answer/6358146?hl=de>.
- . o. j.. *So funktioniert Content ID - YouTube-Hilfe*. [Online] o. j. [Zitat vom: 8. Juli 2020.] <https://support.google.com/youtube/answer/2797370?hl=de>.
- . o. j.. *Kanalbilder erstellen oder bearbeiten - YouTube-Hilfe*. [Online] o. j. [Zitat vom: 15. Mai 2020.] <https://support.google.com/youtube/answer/2972003?topic=16630&hl=de>.
- Hanraths, Tobias. o. j..** *So funktionieren Streamingboxen: Kleine Kästen fürs Heimkino*. [Online] o. j. [Zitat vom: 9. Juli 2020.] [https://www.t-online.de/digital/fernsehen-heimkino/id\\_76301618/so-funktionieren-streamingboxen-kleine-kaesten-fuers-heimkino.html](https://www.t-online.de/digital/fernsehen-heimkino/id_76301618/so-funktionieren-streamingboxen-kleine-kaesten-fuers-heimkino.html).
- Hecker, Sven. 2020.** *Vor 15 Jahren: Wie ein Tsunami und "Nipplegate" für YouTube sorgten | MDR.DE*. [Online] 15. Februar 2020. [Zitat vom: 3. April 2020.] <https://www.mdr.de/kultur/jahrestag-youtube-gruendung-100.html>.
- Heeg, Thiemo. 2019.** *Netzabdeckung: Deutschland im 4G-Mobilfunk weltweit auf Platz 70*. [Online] 6. August 2019. [Zitat vom: 26. Mai 2020.] <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/digitec/netzabdeckung-deutschland-im-4g-mobilfunk-weltweit-auf-platz-70-16321069.html>.
- Hein, David. 2018.** *E-Marketer: Jeder dritte deutsche Internetnutzer nutzt Adblocker*. [Online] 7. September 2018. [Zitat vom: 4. Mai 2020.]

<https://www.horizont.net/medien/nachrichten/e-marketer-jeder-dritte-deutsche-internetnutzer-nutzt-adblocker-169506>.

**Heister, Nico. 2019.** *Mixer: Alles, was ihr über den Game-Livestreaming-Dienst wissen müsst.* [Online] 6. August 2019. [Zitat vom: 12. Mai 2020.] <https://www.metal-hammer.de/ninja-streamt-jetzt-auf-mixer-und-was-ihr-sonst-noch-ueber-die-plattform-wissen-muesst-1278931/>.

**Heumann, Bernd. 2016.** *Die YouTube Verifizierung aka der "Haken".* [Online] 16. September 2016. [Zitat vom: 23. April 2020.] <https://network.bbtv.com/de/die-youtube-verifizierung-aka-der-haken/>.

**Hill, Katrin. 2018.** *Facebook Beitrag planen und bearbeiten - Katrin Hill.* [Online] 10. Juni 2018. [Zitat vom: 3. Juli 2020.] <https://www.katrinhill.com/facebook-beitrag-planen-und-bearbeiten/>.

**Hootsuite. o. j..** *Social Media Marketing- & Management-Dashboard – Hootsuite.* [Online] o. j. [Zitat vom: 4. Juli 2020.] <https://hootsuite.com/de/>.

**Horizont. 2018.** *Wie bewerten Sie die Aussage „Printmedien sind in zehn Jahren tot“?* . [Online] 15. August 2018. [Zitat vom: 30. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/209288/umfrage/bewertung-der-aussage-printmedien-sind-in-zehn-jahren-tot/>.

**IfD Allensbach. 2019.** *Beliebteste Fernsehformate in Deutschland in den Jahren 2017 bis 2019.* [Online] 11. Juli 2019. [Zitat vom: 22. Juni 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171208/umfrage/beliebteste-fernsehformate/>.

**—. 2019.** *Ranking der beliebtesten Fernsehformate und -genres in Deutschland bei Personen ab 60 Jahren im Jahr 2019.* [Online] 11. Juli 2019. [Zitat vom: 23. Juni 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1100725/umfrage/beliebteste-fernsehformate-von-senioren-in-deutschland/>.

**—. 2019.** *Bevölkerung in Deutschland nach persönlich genutzten Informationsquellen für das aktuelle Tagesgeschehen von 2015 bis 2019 (in Millionen).* [Online] 11. Juli 2019. [Zitat vom: 30. Juni 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/170819/umfrage/informationsquelle-fuer-aktuelles-tagesgeschehen/>.

**Ihlenfeld, Jens. 2007.** *Base 5: Handy-Flatrate in alle deutschen Netze - Golem.de.* [Online] 29. März 2007. [Zitat vom: 27. Mai 2020.] <https://www.golem.de/0703/51414.html>.

**Ingame. 2020.** *Twitch, die Streaming-Plattform: Gaming, E-Sport und Live-Events | Guides.* [Online] 16. April 2020. [Zitat vom: 8. Mai 2020.] <https://www.ingame.de/guides/twitch-streaming-plattform-gamer-justin-kan-francisco-events-live-video-twitchcon-esport-rivals-13540077.html>.

**Initiative D21. 2020.** *Anteil der Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 2001 bis 2019.* [Online] 25. Februar 2020. [Zitat vom: 24. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/13070/umfrage/entwicklung-der-internetnutzung-in-deutschland-seit-2001/>.

—. **2020.** *Anteil der mobilen Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 2015 bis 2019.* [Online] 25. Februar 2020. [Zitat vom: 15. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/633698/umfrage/anteil-der-mobilen-internetnutzer-in-deutschland/>.

**IONOS. 2018.** *Was ist Twitch? TV für die Gaming-Szene! - IONOS.* [Online] 11. April 2018. [Zitat vom: 11. Mai 2020.] <https://www.ionos.de/digitalguide/online-marketing/verkaufen-im-internet/was-ist-twitch-tv-fuer-die-gaming-szene/>.

—. **2020.** *Second Screen: Definition & Bedeutung der Multi-Screen-Nutzung - IONOS.* [Online] 16. April 2020. [Zitat vom: 12. Juni 2020.] <https://www.ionos.de/digitalguide/online-marketing/verkaufen-im-internet/second-screen-im-onlinemarketing/>.

**Jerzy, Nina. 2019.** *Wie Youtube zur wichtigsten Videoplattform wurde - Capital.de.* [Online] 18. September 2019. [Zitat vom: 3. April 2020.] <https://www.capital.de/wirtschaft-politik/wie-youtube-zur-wichtigsten-videoplattform-wurde>.

**Kirchner, Andreas. 2019.** *YouTube Anzeigenformate ⇒ Welche Werbeformate gibt es?* [Online] 24. April 2019. [Zitat vom: 14. April 2020.] <https://www.hanseranking.de/werbeformate-bei-youtube.html>.

**Klee, Meru. 2019.** *Mixer & Twitch im Vergleich: Das sind die größten Unterschiede.* [Online] 12. August 2019. [Zitat vom: 12. Mai 2020.] <https://www.turn-on.de/play/topliste/mixer-twitch-im-vergleich-das-sind-die-groessten-unterschiede-510642>.

**Knieps, Stephan. 2019.** *Video-Streaming: Das sind die beliebtesten Anbieter der Deutschen.* [Online] 13. November 2019. [Zitat vom: 2. Juni 2020.] <https://www.wiwo.de/unternehmen/dienstleister/studie-deutsche-wissen-nicht-wie-viel-sie-fuers-streaming-ausgeben/25223070.html>.

**Kolkmann, Thomas. 2018.** *YouTube (Music) Premium: Kosten & Vorteile des Streamingdienstes.* [Online] 28. November 2018. [Zitat vom: 4. Mai 2020.]



<https://www.giga.de/webapps/youtube-music/specials/youtube-music-premium-kosten-vorteile-des-streamingdienstes/>.

**Kontor 4. 2020.** *Social Media 2020: Aktuelle Nutzerzahlen - KONTOR4.* [Online] 4. Februar 2020. [Zitat vom: 3. Juli 2020.] <https://www.kontor4.de/beitrag/aktuelle-social-media-nutzerzahlen.html>.

**Krempl, Stefan. 2020.** *Artikel 17: Justizministerium will Upload-Filter weitgehend überflüssig machen | heise online.* [Online] 24. Juni 2020. [Zitat vom: 8. Juli 2020.] <https://www.heise.de/news/Artikel-17-Justizministerium-will-Upload-Filter-weitgehend-ueberfluessig-machen-4794572.html>.

**Ludwig, Diana. 2014.** *Kanal-Trailer einbinden für deinen YouTube-Kanal - So gehts | Bloggen.* [Online] 2014. [Zitat vom: 25. April 2020.] <https://blogsheet.info/youtube-kanal-trailer-18457>.

**Majewsky, Marek. 2017.** *Rocket Beans TV: Was die jungen Medienmacher so erfolgreich macht - WELT.* [Online] 16. Oktober 2017. [Zitat vom: 30. Juni 2020.] <https://www.welt.de/regionales/hamburg/article169668665/Bei-uns-kommt-Kreativitaet-viel-schneller-zur-Entfaltung.html>.

**Manteuffel, Felix. 2018.** *YouTube-SEO: Diese Tipps bringen Deine Videos zum Ranken.* [Online] 27. Juli 2018. [Zitat vom: 30. Juni 2020.] <https://www.seokratie.de/youtube-seo/>.

**Mediakix. 2019.** *13 Top Mixer Stats Marketers Need to Know in 2019.* [Online] 4. September 2019. [Zitat vom: 18. Mai 2020.] <https://mediakix.com/blog/top-mixer-stats/>.

**Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest. 2000.** *JIM 2000: Jugend, Information, (Multi-)Media.* [Online] Dezember 2000. [Zitat vom: 25. Mai 2020.] [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2000/JIM\\_Studie\\_2000.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2000/JIM_Studie_2000.pdf).

—. **2015.** *JIM 2015: Jugend, Information, (Multi-) Media.* [Online] November 2015. [Zitat vom: 28. Mai 2020.] [https://www.schauhin.info/fileadmin/content/Downloads/Sonstiges/JIM\\_Studie\\_2015.pdf](https://www.schauhin.info/fileadmin/content/Downloads/Sonstiges/JIM_Studie_2015.pdf).

**Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest . 2007.** *JIM 2007: Jugend, Information, (Multi-)Media.* [Online] November 2007. [Zitat vom: 28. Mai 2020.] [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2007/JIM\\_Studie\\_2007.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2007/JIM_Studie_2007.pdf).

—. **2019.** *JIM-Studie 2019: Jugend, Information, Medien.* [Online] 2019. [Zitat vom: 29. Mai 2020.] [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2019/JIM\\_2019.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2019/JIM_2019.pdf).



**Michel, Ulv. 2019.** *YouTube-Algorithmus: 7 interessante Fakten, die du kennen solltest* | *OnlineMarketing.de*. [Online] 17. Juni 2019. [Zitat vom: 30. Mai 2020.] <https://onlinemarketing.de/news/youtube-algorithmus-7-interessante-fakten-die-du-kennen-solltest>.

**Misini, Eveline. 2019.** *Artikel 13 durchgesetzt | Bedeutung für das Internet*. [Online] 28. März 2019. [Zitat vom: 8. Juli 2020.] <https://www.rankeffect.de/mag/online-marketing/artikel-13-durchgesetzt/>.

**Mitryaev, Nikita. 2018.** *Cross-Promotion vs. Cross-Posting: Diese Strategie klappt am besten!* [Online] 19. Oktober 2018. [Zitat vom: 4. Juli 2020.] <https://newfinance.today/social-media-strategie-cross-promotion-cross-posting/?cn-reloaded=1>.

**Mixer. o. J..** *What are Sparks and How do I use them? – Mixer*. [Online] o. J. [Zitat vom: 12. Mai 2020.] <https://watchbeam.zendesk.com/hc/en-us/articles/115000983366-What-are-Sparks-and-How-do-I-use-them->.

**Mormino, Sara. 2012.** *YouTube Creator Blog [UK]: Introducing the YouTube creator space*. [Online] 25. Juli 2012. [Zitat vom: 3. Juni 2020.] <https://youtubecreator-uk.googleblog.com/2012/07/introducing-youtube-creator-space.html>.

**mpfs. 2020.** *Welche Fernsehsendung schaust Du am liebsten?* [Online] 1. April 2020. [Zitat vom: 23. Juni 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/419801/umfrage/beliebteste-fernsehsendungen-von-jugendlichen/>.

**Nolde, Dirk und Winckler, Lars. 2007.** *YouTube-Chef Hurley: „Wir wollen auf jeden Bildschirm“ - WELT*. [Online] 10. Dezember 2007. [Zitat vom: 11. April 2020.] <https://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article1444299/Wir-wollen-auf-jeden-Bildschirm.html>.

**noobguides. 2017.** *Twitch Subscriben: Unterschied folgen und abonnieren?* [Online] 28. Mai 2017. [Zitat vom: 11. Mai 2020.] <https://noobguides.de/twitch-subscriben-unterschied-folgen-und-abonnieren/>.

**Oh, Sam. 2020.** *YouTube SEO: Wie deine Videos ranken - komplette Anleitung*. [Online] 21. Februar 2020. [Zitat vom: 2. Juli 2020.] <https://ahrefs.com/blog/de/youtube-seo/>.

**onlinemarketing.de. o. j..** *Click-Through-Rate (CTR) Definition* | *OnlineMarketing.de Lexikon*. [Online] o. j. [Zitat vom: 2. Juli 2020.] <https://onlinemarketing.de/lexikon/definition-click-through-rate-ctr>.

**Osman, Maddy. 2019.** *Faszinierende YouTube-Statistiken und Fakten (2019)*. [Online] 30. Dezember 2019. [Zitat vom: 3. April 2020.] <https://kinsta.com/de/blog/youtube-statistiken/>.

**Pasquay, Anja. 2010.** *Die deutsche Zeitungslandschaft*. [Online] 2010. [Zitat vom: 29. Mai 2020.] [https://www.bdzv.de/fileadmin/bdzv\\_hauptseite/markttrends\\_daten/wirtschaftliche\\_lage/2010/assets/3\\_Pasquay\\_Zeitungslandschaft\\_mAbb.pdf](https://www.bdzv.de/fileadmin/bdzv_hauptseite/markttrends_daten/wirtschaftliche_lage/2010/assets/3_Pasquay_Zeitungslandschaft_mAbb.pdf).

—. **2002.** *Zeitungen und ihre Leser in Stichworten*. [Online] 2002. [Zitat vom: 29. Mai 2020.] <https://www.bdzv.de/veranstaltungen/alle-termine-archiv/veranstaltungsarchiv/veranstaltungen-2002/woche-der-zeitung/redaktionspaket/artikel-pasquay/>.

**Petereit, Dieter. 2019.** *Twitter testet Planung von Tweets in der Web-App*. [Online] 24. November 2019. [Zitat vom: 3. Juli 2020.] <https://t3n.de/news/twitter-testet-planung-tweets-1224774/>.

**Petrowa, Waleija. 2020.** *Twitch vs. YouTube: Beliebte Twitch-Kanäle für Nicht-Gamer - Musik, Reactions & Chats | Lifestyle | DASDING*. [Online] 22. Januar 2020. [Zitat vom: 8. Juli 2020.] <https://www.dasding.de/lifestyle/social-media/twitch-vs-youtube-100.html>.

**PewDiePie. 2010.** *PewDiePie - YouTube*. [Online] 29. April 2010. [Zitat vom: 20. Juli 2020.] <https://www.youtube.com/user/pewdiepie>.

**Queitsch, Philipp. 2018.** *Instagram Story – der ultimative Guide mit allen Funktionen und Tipps*. [Online] 19. Juli 2018. [Zitat vom: 7. Juli 2020.] <https://www.effektiv.com/instagram-story-guide-5161.html>.

**Quick Sprout. 2019.** *13 Ways To Increase Your YouTube Subscribers*. [Online] 1. Februar 2019. [Zitat vom: 24. Juni 2020.] <https://www.quicksprout.com/youtube-subscribers/>.

**Reumschüssel, Anja. 2015.** *YouTube: Creator Space in Berlin eröffnet - DER SPIEGEL*. [Online] 30. April 2015. [Zitat vom: 3. Juni 2020.] <https://www.spiegel.de/netzwelt/games/youtube-creator-space-in-berlin-eroeffnet-a-1031586.html>.

**Reuters Institute for the Study of Journalism. 2020.** *Reuters Institute Digital News Report 2020*. [Online] 15. Juni 2020. [Zitat vom: 30. Juni 2020.] [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf).

**Rocket Beans TV. 2012.** *Rocket Beans TV - YouTube*. [Online] 14. Juni 2012. [Zitat vom: 8. Mai 2020.] <https://www.youtube.com/ROCKETBEANSTV>.

**Sallhoff, Daniel. 2014.** *Viacom stellt «Game One» ein – Quotenmeter.de.* [Online] 22. Dezember 2014. [Zitat vom: 30. Juni 2020.] <http://www.quotenmeter.de/n/75299/viacom-stellt-game-one-ein>.

**Schanze, Robert. 2017.** *YouTube-Kommentare: Was bedeutet das Herz? Einfach erklärt.* [Online] 7. März 2017. [Zitat vom: 7. Juli 2020.] <https://www.giga.de/webapps/youtube/specials/youtube-kommentare-was-bedeutet-das-herz-einfach-erklaert/>.

**Schuhmann, Gerd. 2020.** *Microsoft schließt Mixer, wird Partner von Facebook.* [Online] 22. Juni 2020. [Zitat vom: 23. Juni 2020.] <https://mein-mmo.de/microsoft-schliesst-mixer/>.

**Selle, Anett. 2017.** *280 Zeichen: So reagieren Nutzer auf die Twitter-Veränderung - WELT.* [Online] 8. November 2017. [Zitat vom: 4. Juli 2020.] <https://www.welt.de/wirtschaft/article170450103/Was-wirklich-hinter-der-Twitter-Reform-steckt.html>.

**Senderliste. 2019.** *gratis Download / Immer aktuelle Programme / senderliste.de / für Deutschland.* [Online] 13. Februar 2019. [Zitat vom: 18. Juni 2020.] <https://sender-liste.de/sendeliste/senderliste.php>.

**Seng, Martin. 2018.** *Game One und Rocket Beans TV– Vom Ende und Anfang der Kreativität – Quotenmeter.de.* [Online] 6. August 2018. [Zitat vom: 30. Juni 2020.] <http://www.quotenmeter.de/n/102795/game-one-und-rocket-beans-tv-vom-ende-und-anfang-der-kreativitaet>.

**SevenOne Media. 2019.** *Welche der folgenden Geräte nutzen Sie persönlich für Ihren Medienkonsum?* [Online] 29. August 2019. [Zitat vom: 27. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/476467/umfrage/persoенliche-geraetenutzung-fuer-den-medienkonsum-in-deutschland/>.

—. **2019.** *Media Activity Guide 2019.* [Online] 29. August 2019. [Zitat vom: 4. Juni 2020.] <https://www.sevenonemedia.de/documents/924471/1111769/Media+Activity+Guide+2019/040352cd-a958-6876-6541-93630deee1c7>.

—. **2019.** *Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer ausgewählter Medien in Deutschland im Jahr 2019 (in Minuten).* [Online] 29. August 2019. [Zitat vom: 4. Juni 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/165834/umfrage/taegliche-nutzungsdauer-von-medien-in-deutschland/>.

—. **2019.** *Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer von YouTube-Videos in Deutschland vom 1. Quartal 2016 bis 1. Quartal 2019 (in Minuten).* [Online] 29.

August 2019. [Zitat vom: 5. Juni 2020.]  
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/543384/umfrage/taegliche-nutzungsdauer-von-youtube-in-deutschland/>.

—. **2019.** *Anteil der Befragten, die YouTube-Videos mindestens selten nutzen, in Deutschland vom 4. Quartal 2015 bis 3. Quartal 2019.* [Online] 6. Dezember 2019. [Zitat vom: 9. Juni 2020.]  
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/543400/umfrage/reichweite-von-youtube-in-deutschland/>.

—. **2019.** *Anteil der Befragten (14 bis 49 Jahre) in Deutschland, die Internet und TV häufig, manchmal oder selten parallel nutzen in den Jahren 2001 bis 2019.* [Online] 29. August 2019. [Zitat vom: 12. Juni 2020.]  
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/269888/umfrage/umfrage-zur-parallelnutzung-von-tv-und-internet/>.

**SimFans.de. 2007.** *SimFans.de - YouTube.* [Online] 26. August 2007. [Zitat vom: 20. Juli 2020.] <https://www.youtube.com/user/sims2fans>.

**Sir Apfelot. 2019.** *Was ist ein Youtube Super Chat / eine Mitgliedschaft? » Sir Apfelot.* [Online] 30. April 2019. [Zitat vom: 4. Mai 2020.] [https://www.sir-  
apfelot.de/was-ist-ein-youtube-super-chat-25132/](https://www.sir-apfelot.de/was-ist-ein-youtube-super-chat-25132/).

**Smith, Kit. 2020.** *57 interessante Zahlen und Statistiken rund um YouTube | Brandwatch.* [Online] 3. März 2020. [Zitat vom: 3. April 2020.]  
<https://www.brandwatch.com/de/blog/statistiken-youtube/>.

**So geht YouTube. 2019.** *Hat die Tags-Reihenfolge Auswirkung auf dein Ranking? #WieGehtYoutube - YouTube.* [Online] 11. November 2019. [Zitat vom: 1. Juli 2020.] <https://www.youtube.com/watch?v=bYV4LpZPOrk>.


**SocialBlade. 2020.** *Top 250 YouTubers Channels in Germany - Socialblade YouTube Stats | YouTube Statistics.* [Online] 24. Juni 2020. [Zitat vom: 24. Juni 2020.] <https://socialblade.com/youtube/top/country/de/mostsubscribed>.


**Statistisches Bundesamt. 2019.** *Anteil der privaten Haushalte in Deutschland mit einem Mobiltelefon von 2000 bis 2019.* [Online] 29. Oktober 2019. [Zitat vom: 22. Mai 2020.]  
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/198642/umfrage/anteil-der-haushalte-in-deutschland-mit-einem-mobiltelefon-seit-2000/>.

—. **2020.** *Anteil der Internetnutzer in Deutschland, die das Internet für folgende Aktivitäten\* nutzen, im Jahr 2019.* [Online] 16. Januar 2020. [Zitat vom: 26. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/961616/umfrage/anteil-der-nutzer-von-internetaktivitaeten-in-deutschland/>.

**Tamblé, Melanie. 2019.** *Was ist Crossposting in Social Media? - Blog2Social Blog - Social Media Marketing für Blogs.* [Online] 12. Dezember 2019. [Zitat vom: 4. Juli 2020.] <https://www.blog2social.com/de/blog/was-ist-crossposting-in-social-media-netzwerken/>.

— **o. j..** *Was ist Crossposting und was muss dabei beachtet werden?* [Online] o. j. [Zitat vom: 4. Juli 2020.] <https://answers.brainguide.de/Was-ist-Crossposting-und-was-muss-dabei-beachtet-werden/>.

**TeamYouTube, Felicitas. 2019.**  *Ankündigung: Verbesserung von Benachrichtigungen auf YouTube - YouTube Community.* [Online] 11. Juni 2019. [Zitat vom: 2. Mai 2020.] <https://support.google.com/youtube/thread/7829688?hl=de>.

— **2020.**  *Neue Messwerte zu Benachrichtigungen auf Videoebene in YouTube Analytics - YouTube Community.* [Online] 11. Februar 2020. [Zitat vom: 2. Mai 2020.] <https://support.google.com/youtube/thread/28363153?hl=de>.

**Thieme, Malte. 2018.** *YouTube und SEO? Die vergessene Traffic-Quelle | GrowthUp.* [Online] 17. Januar 2018. [Zitat vom: 13. April 2020.] <https://growthup.de/youtube-und-seo-die-vergessene-traffic-quelle/>.

**Tober, Simon. 2018.** *Entscheidet Youtube was ich sehen möchte?! - www.dieberater.de.* [Online] 24. Mai 2018. [Zitat vom: 2. Mai 2020.] <https://www.dieberater.de/youtube-abobox/>.

**Twitch. o. J..** *Twitch Prime-Anleitung.* [Online] o. J. [Zitat vom: 11. Mai 2020.] <https://help.twitch.tv/s/article/twitch-prime-guide?language=de>.

— **o. J..** *Twitch.tv - Partners.* [Online] o. J. [Zitat vom: 11. Mai 2020.] <https://www.twitch.tv/p/de-de/partners/>.

— **o. J..** *Abschließen von Abonnements.* [Online] o. J. [Zitat vom: 11. Mai 2020.] <https://help.twitch.tv/s/article/how-to-subscribe?language=de>.

— **o. J..** *Achievements.* [Online] o. J. [Zitat vom: 11. Mai 2020.] <https://help.twitch.tv/s/article/achievements?language=de>.

— **o. J..** *Am Affiliate-Programm teilnehmen.* [Online] o. J. [Zitat vom: 11. Mai 2020.] <https://help.twitch.tv/s/article/joining-the-affiliate-program?language=de>.

— **o. J..** *Leitfaden zu Cheering mit Bits.* [Online] o. J. [Zitat vom: 12. Mai 2020.] <https://help.twitch.tv/s/article/guide-to-cheering-with-bits?language=de>.

— **o. j..** *RocketBeansTV - Twitch.* [Online] o. j. [Zitat vom: 30. Juni 2020.] <https://www.twitch.tv/rocketbeanstv>.



**Tworuschka, Lea. 2020.** *YouTube-SEO – die wichtigsten Rankingfaktoren für euer Video.* [Online] 21. April 2020. [Zitat vom: 1. Juli 2020.] <https://www.aufgesang.de/blog/youtube-seo-die-wichtigsten-rankingfaktoren-fuer-euer-video-22335>.

**VuMA. 2019.** *Smartphones/Handys - Penetrationsrate in Deutschland nach Altersgruppe 2019 | Statista.* [Online] 13. November 2019. [Zitat vom: 20. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/459963/umfrage/anteil-der-smartphone-nutzer-in-deutschland-nach-altersgruppe/>.

**—. 2019.** *Bevölkerung in Deutschland nach Häufigkeit des Zeitunglesens in der Freizeit von 2016 bis 2019 (Personen in Millionen).* [Online] 13. November 2019. [Zitat vom: 29. Mai 2020.] <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171897/umfrage/haeufigkeit-zeitung-lesen-in-der-freizeit/>.

**Wandiger, Peer. 2019.** *YouTube Kanalmitgliedschaft - Lukrative Einnahmequelle für YouTuber?!* [Online] 12. August 2019. [Zitat vom: 16. August 2020.] <https://www.selbstaendig-im-netz.de/video/youtube-kanalmitgliedschaft-lukrative-einnahmequelle-fuer-youtuber/>.

**Warren, Tom. 2020.** *Microsoft is shutting down Mixer and partnering with Facebook Gaming - The Verge.* [Online] 22. Juni 2020. [Zitat vom: 23. Juni 2020.] <https://www.theverge.com/2020/6/22/21299032/microsoft-mixer-closing-facebook-gaming-partnership-xcloud-features>.

**Westenhanner, Marianne. 2020.** *Discord: Beliebter als Skype, Zoom & Co. - CHIP.* [Online] 25. Mai 2020. [Zitat vom: 8. Juli 2020.] [https://www.chip.de/news/Discord-Beliebter-als-Skype-Zoom-und-Co.\\_182651152.html](https://www.chip.de/news/Discord-Beliebter-als-Skype-Zoom-und-Co._182651152.html).

**Widner, Christina. 2020.** *Instagram Feed: Vor- und Nachteile eines chronologischen Feeds.* [Online] 3. März 2020. [Zitat vom: 7. Juli 2020.] <https://www.basichthinking.de/blog/2020/03/03/chronologischer-instagram-feed-vorteile-nachteile/>.

**Wiese, Jens. 2020.** *Links in Instagram: So geht es auch ohne verifizierten Account - allfacebook.de.* [Online] 29. Juni 2020. [Zitat vom: 7. Juli 2020.] [https://allfacebook.de/instagram/instagram\\_story\\_links](https://allfacebook.de/instagram/instagram_story_links).

**Wissenschaft im Dialog. 2008.** *Wann wurde der Fernseher erfunden? | Wissenschaft im Dialog.* [Online] 29. April 2008. [Zitat vom: 29. Mai 2020.] <https://www.wissenschaft-im-dialog.de/projekte/wieso/artikel/beitrag/wann-wurde-der-fernseher-erfunden/>.

**XBox. o. j..** *Project xCloud (Preview) | Xbox.* [Online] o. j. [Zitat vom: 23. Juni 2020.] <https://www.xbox.com/de-DE/xbox-game-streaming/project-xcloud>.

**Yosilewitz, Adam. 2019.** *State of the Stream 2019: Platform Wars, the New King of Streaming, Most Watched Game and More!* [Online] 19. Dezember 2019. [Zitat vom: 18. Mai 2020.] <https://blog.streamelements.com/state-of-the-stream-2019-platform-wars-the-new-king-of-streaming-most-watched-game-and-more-ab0596d5c13d>.

**YouTube. o. j..** *YouTube Space.* [Online] o. j. [Zitat vom: 3. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/intl/de/space/>.

— **o. j..** *Creators | Vorteilsprogramm-Level | YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 16. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/intl/de/creators/benefits/>.

— **o. j..** *Creators | Vorteilsprogramm-Level Graphite | YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 16. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/intl/de/creators/benefits/graphite/>.

— **o. j..** *YouTube (o. j.), Creators | Vorteilsprogramm-Level Opal | YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 16. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/intl/de/creators/benefits/opal/>.

— **o. j..** *Vgl. YouTube (o. j.), Creators | Vorteilsprogramm-Level Bronze | YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 17. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/intl/de/creators/benefits/bronze/>.

— **o. j..** *NextUp | YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 17. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/intl/de/nextup/>.

— **o. j..** *Creators | Vorteilsprogramm-Level Silver oder höher | YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 17. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/intl/de/creators/benefits/silver/>.

— **o. j..** *HaerteTest - YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 24. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/user/HaerteTest>.

— **o. j..** *Trends - YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 24. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/feed/trending>.

— **o. j..** *Kurzgesagt – In a Nutshell - YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 24. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/user/Kurzgesagt>.

— **o. j..** *MrWissen2go - YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 29. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/c/MrWissen2go>.

— **o. j..** *Rocket Beans TV - YouTube.* [Online] o. j. [Zitat vom: 30. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/user/ROCKETBEANSTV>.



—, o. j.. *Game Two - YouTube*. [Online] o. j. [Zitat vom: 30. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/c/GameTwo>.

—, o. j.. *Berlin - Tag & Nacht - YouTube*. [Online] o. j. [Zitat vom: 30. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/c/BerlinTagUndNacht/videos>.

—, o. j.. *tagesschau - YouTube*. [Online] o. j. [Zitat vom: 30. Juni 2020.] <https://www.youtube.com/user/tagesschau/videos>.

**YouTube Ads. o. J.. Ressourcen für Videowerbung – YouTube-Werbung.** [Online] o. J. [Zitat vom: 27. April 2020.] <https://www.youtube.com/intl/de/ads/resources/>.

—, o. J.. *Videomarketingkampagnen optimieren – YouTube-Werbung*. [Online] o. J. [Zitat vom: 27. April 2020.] <https://www.youtube.com/intl/de/ads/resources/optimizing-your-video-marketing-campaigns/#!#view-rate>.

—, o. J.. *Mit Videoanzeigen online für Ihr Unternehmen werben – YouTube-Werbung*. [Online] o. J. [Zitat vom: 27. April 2020.] <https://www.youtube.com/intl/de/ads/how-it-works/>.

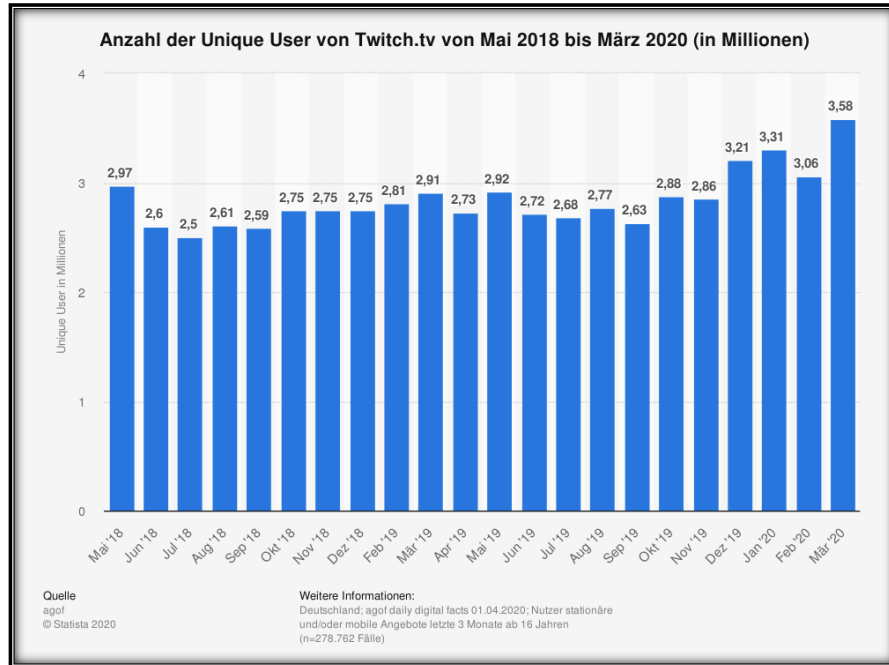
**ZAW. 2019.** *Zuschauermarktanteile ausgewählter Fernsehsender bei den ab 50-Jährigen in Deutschland im Jahr 2018*. [Online] 17. Mai 2019. [Zitat vom: 19. Juni 2020.]

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/234556/umfrage/marktanteile-der-fernsehsender-zuschauer-ab-50-jahre/>.

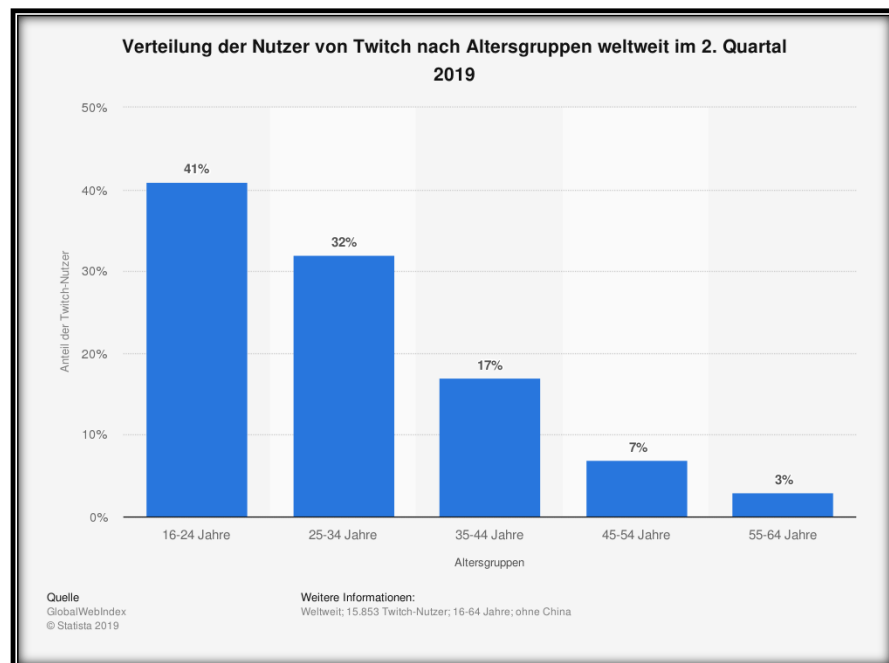
**Zubayr, Camille und Gerhard, Heinz. 2019.** *Tendenzen im Zuschauerverhalten*. [Online] März 2019. [Zitat vom: 23. Juni 2020.] [https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user\\_upload/media-perspektiven/pdf/2019/0319\\_Zubayr\\_Gerhard.pdf](https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2019/0319_Zubayr_Gerhard.pdf).

## Anhänge

### Anhang 1 <sup>331</sup>



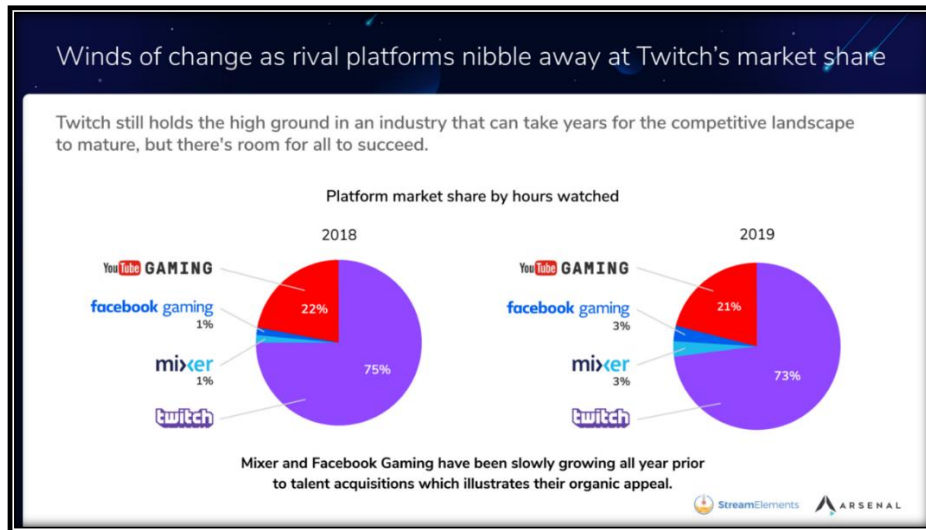
### Anhang 2 <sup>332</sup>



<sup>331</sup> Vgl. agof (2020), Anzahl der Unique User von Twitch.tv von Mai 2018 bis März 2020 (in Millionen)

<sup>332</sup> Vgl. GlobalWebIndex (2019), Verteilung der Nutzer von Twitch nach Altersgruppen weltweit im 2. Quartal 2019

## Anhang 3 <sup>333</sup>



## Anhang Konsumverhalten bei YouTube und Fernsehen

Im Zusammenhang mit der Bachelorarbeit, wurde diese Umfrage mit dem Thema „Konsumverhalten bei YouTube und Fernsehen“ durchgeführt. Dabei wurden über 1.100 Personen zu diesem Thema befragt. Die Umfrage wurde auf YouTube und Twitter verbreitet und lief vom 05.06.2020 bis zum 14.06.2020. Dabei sollten die Teilnehmer unter anderem angeben, wie lange sie das jeweilige Medium konsumieren. Außerdem wurden die Gründe für das Konsumieren und Nicht-Konsumieren gefragt. Dabei kamen interessante Ergebnisse zu Tage.

### 1. Wie alt bist du?

Anzahl Teilnehmer: 1.182

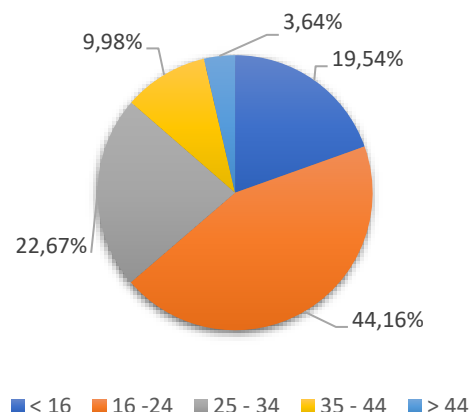
231 (19.5%): < 16

522 (44.2%): 16 - 24

268 (22.7%): 25 - 34

118 (10.0 %): 35 - 44

43 (3.6%): > 44



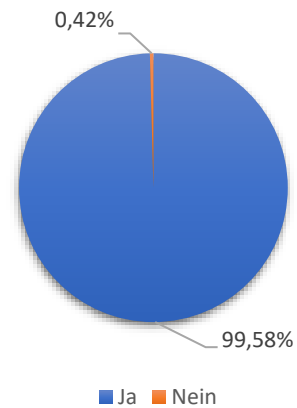
<sup>333</sup> Vgl. Yosilewitz (2019), State of the Stream 2019: Platform Wars, the New King of Streaming, Most Watched Game and More!

## 2. Nutzt du YouTube?

Anzahl Teilnehmer: 1.182

1.177 (99.6%): Ja

5 (0.4%): Nein



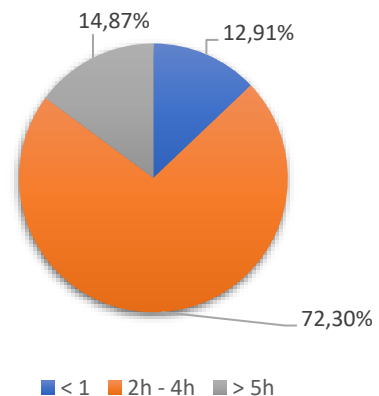
## 3. Wie viele Stunden pro Tag verbringst du auf YouTube?

Anzahl Teilnehmer: 1.177

152 (12.9%): &lt; 1h

851 (72.3%): 2h - 4h

174 (14.8%): &gt; 5h



## 4. Mit welchem Endgerät konsumierst du YouTube hauptsächlich?

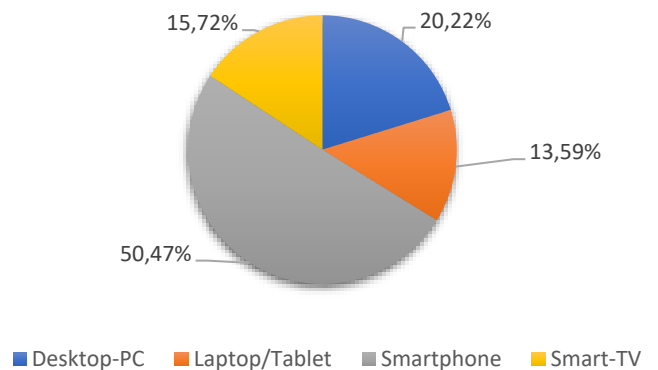
Anzahl Teilnehmer: 1.177

238 (20.2%): Desktop-PC

160 (13.6%): Laptop/Tablet

594 (50.5%): Smartphone

185 (15.7%): Smart-TV



## 5. Welche Formate schaust du am liebsten?

Anzahl Teilnehmer: 1.177

458 (38.9%): Comedy

1.111 (94.4%): Gaming/Let's Plays

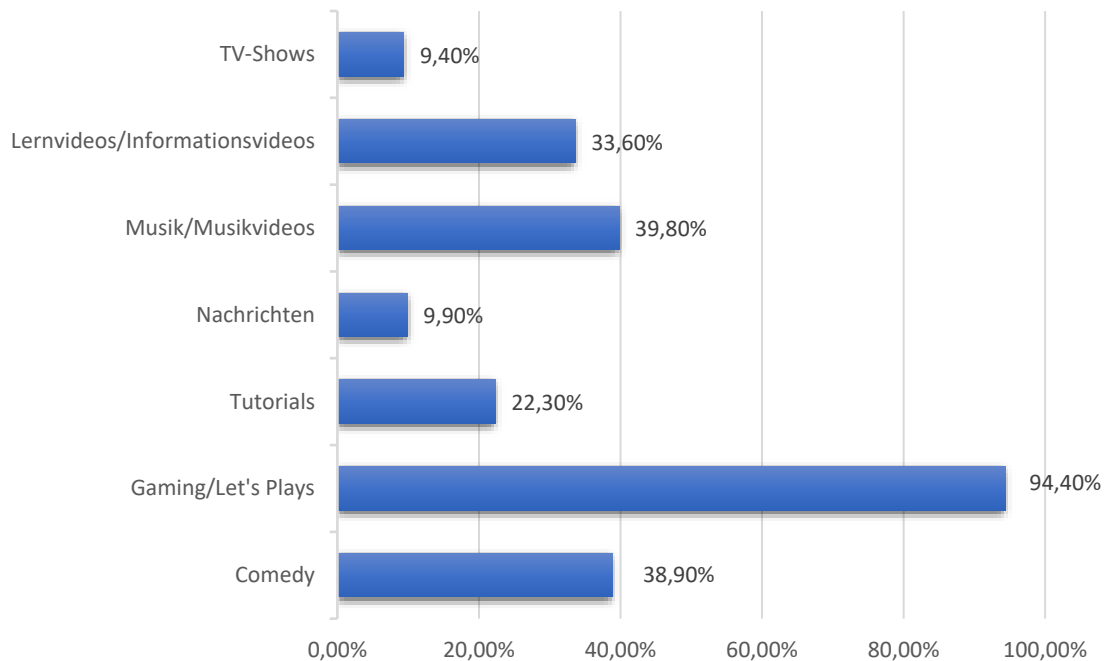
263 (22.3%): Tutorials

116 (9.9%): Nachrichten

469 (39.8%): Musik/Musikvideos

395 (33.6%): Lernvideos/Informationsvideos

111 (9.4%): TV-Shows



## 6. Warum schaust du YouTube?

Anzahl Teilnehmer: 773

- Zeitvertreib. Lernvideos für die Hochschule
- Man findet schnell Inhalt, den man gerade sucht
- Individuelle Auswahl in zeitlicher Hinsicht; großes Angebot an verschiedenen Inhalten; altersgerechte Präsentation
- Zur Unterhaltung und etwas zu lernen (wie repariere ich ein Fahrrad, wie lege ich aktuell am besten Geld an, etc.)
- Weil ich genau das sehen kann was mich zu dem momentanen Zeitpunkt interessiert.
- Weil es Spaß macht.
- Zur Unterhaltung
- Ablenkung; Langeweile; Spaß an LP's

- Weil wenn ich zum Beispiel mein Lieblingsspiel schauen abschalten kann (vom Stressigen Tag oder so)
- Man kann auswählen, was man gucken kann und ist nicht auf das Fernsehen angewiesen. Des Weiteren ist die Werbung relativ kurz im Vergleich zum Fernsehen (15 Sekunden Spots im Vergleich zu 5-10 Minuten Werbung).
- Zum Zeitvertreib, aus Langeweile und weil mich z.B. die Herangehensweise in verschiedenen Spielen interessiert und jeder Lper zum Beispiel andere Angewohnheiten hat.
- Spaß, Zeitvertreib
- Weil ich gerne Rennen anschau und dabei Spaß hab.
- Zur Unterhaltung und neues zu erfahren.
- Entspannung; Informationsbeschaffung (Tutorials, Infovideos zu verschiedensten Themen); Interesse an Essays, Diskussionen
- Hauptsächlich, um unterhalten zu werden, wenn keine interessante Sendung im Fernsehen läuft.
- Weil es interessant ist
- Natürlich, weil ich Arnolds CoD Videos gucken will
- Weil ich auf YouTube selbst entscheiden kann was ich wann gucken möchte.
- Weil es vom Alltag ablenkt und eine schöne Beschäftigung zum Runterkommen nach der Arbeit ist und weil ich mich für
- viele Sachen interessiere, diese aber ni ausüben kann, wie zum Beispiel LP's über Spiele wo mein PC nicht gut genug ist.
- Weil es mir spaß macht
- Weil ich mir dort, denn Content, zu der Zeit, wann ich will anschauen kann
- Unterhaltung anstatt Fernsehen
- Weil ich eh schon am PC sitze, und so z.B. bei Ladezeiten oder monotonen Passagen von Videospielen einfach auf meinen 2. Bildschirm gucken kann, um mir etwas Entertainment zu besorgen
- Weil es ein guter Zeitvertreib ist und es Spaß macht

- Da ich dort alles was ich suche dort auf einem Blick habe und es dort auch eine Vielfalt an Videos gibt von verschiedenen Kanälen (Personen)
- Keine zeitliche Abhängigkeit
- Weil toll Videos gibt
- Schnell Abrufbar sowie große Bandbreite an Themen. Hilfreich als Zeitvertreib aber auch zur Informationsbeschaffung.
- weil ich selber nicht zocken will bzw. die notwendige Konsole nicht besitze und schaue oft zur Entspannung
- Es ist einfach toll anderen Leuten zuzuschauen, wie sie selber das Spiel spielen, das auch ich spiele.
- Einfachste Methode die Zeit zu vertreiben, bzw. man kann es nutzen, um Sachen für die Uni zu lernen
- Größtenteils um mich zu unterhalten. Ich nutze es als Musikstreamingdienst und überbrücke die Fahrten mit der Bahn, die ich über meinen Alltag bestreite. Am Abend schaue ich dann noch einige LP's/Gaming Videos. Der Großteil, den ich auf YouTube verbringe, schaue ich dann doch Technikvideos. Das geht von PC/Mac/Linux zu Staubsaugern und Smartphones. Ich hege reges Interesse an jeglicher Art von Technik. Auch Autos.
- Bessere Abwechslung. Und ich kann mir anschauen was mir gefällt und wann ich will und Zeit habe.
- Um Unterhalten zu werden und um zu lachen
- Zum Zeitvertreib oder Informationsbeschaffung
- da ich im Moment keine anderen Endgeräte als mein Smartphone besitze, ist es für mich die Plattform, die mir am meisten Abwechslung und aktuelle Nachrichten bringt, auch aus verschiedenen Ländern (ich bin Schweizer lebe jedoch in Spanien und habe auch noch Familie in Süditalien).
- Weil ich auf YouTube jederzeit Zugriff auf genau die Videos habe, die mich interessieren.
- Hauptsächlich Zur Unterhaltung und als Spielereviews
- Zum Zeitvertreib und Spaß



- Ablenkung von der Schule
- Weil ich mir das Programm selbst zusammenstellen kann.
- Zeitvertreib, Unterhaltung, informativ auf dem neusten Stand
- Habe selbst keinen Fernsehanschluss und kann mir so mein eigenes Programm zusammenstellen.
- Weil es für mich besseren Content auf der Plattform gibt als bpsw. Im T V
- Weil es Spaß macht
- Gutes Entertainment
- Warum nicht? Ich finde es toll, dass auf YT viele Let's Player Videos hochladen, vor allem für Spiele die ich selbst mangels Hardware (PS4, XBox) nicht spielen kann, mich aber trotzdem interessieren. Auch die große Auswahl an Musikvideos gefällt mir sehr.
- Weil ich Rennsport in jeglicher Form Liebe und mit Youtube jede Reichweite habe, die man sich wünschen kann.
- Weil ich so weniger Langeweile habe und es eine gute Beschäftigung ist
- Es ist eine sehr gute Alternative zum Fernsehen. Man muss nicht immer auf eine Uhrzeit warten bis das Programm läuft, sondern hat es sofort zur Verfügung.
- Unterhaltung; Wissen/Neues lernen
- Viel Auswahl und auch dann, wenn ich es will
- Es ist ein Zeitvertreib und es ist oft nützlich
- Da das deutsch Fernsehen alles andere als gut ist, und wenn man etwas sehen will extrem viel Geld bezahlen muss. Vor allem kann man nicht themenspezifische schauen z.B. Mathe Videos oder dergleichen. Es ist immer erreichbar ob man um zwölf Uhr es benutzt oder um 3 Uhr nachts. Es ist immer das da was man braucht/sucht.
- Zur Unterhaltung, gegen Langeweile, als nebenbei Beschäftigung und guten Content zu unterstützen
- Spaß haben
- Zur Unterhaltung und um mich weiter zu bilden mit Tutorials
- Unterhaltsamer als öffentlich-rechtlicher Rundfunk.

- Weil ich dadurch viele Personen kenne. Fürs Lernen benutze ich es ebenfalls, weil man viel versteht, statt im Unterricht und andere Sachen....:-)
- Um zu schauen welches Spiel grade angesagt ist und um die Langeweile zu vertreiben
- Zeitvertreib, aber auch zur Information
- Ablenkung, Inspiration, Hilfestellung
- Es langt einen von einem Stressigen Tag ab. Man kann gut entspannen
- Weil YouTube
- Oftmals Einfach, weil ich Gerade während Corona Etwas Ablenkung suche oder auch einfach um mal schnell Nachrichten zu schauen bzw. mich über ein neues Thema Schlauzumachen. Abends höre ich dann auch gerne mal Musik, da gerade Remixes meist nur auf YouTube verfügbar sind.
- Ich kann entscheiden, was ich wann anschau und bin nicht abhängig von Sendeplänen.
- Neue Inhalte und nicht altes Zeug wie im Fernsehen!
- On Demand, teils sehr starke Nischenthemen die dort abgedeckt werden, große Bandbreite an verschiedenen Anbietern
- Zur Unterhaltung
- Weil es mich unterhält.
- Um meine Zeit zu genießen und etwas zu lernen
- Information und Unterhaltung
- Weil es viele für mich interessante Inhalte gibt. Ich kann dabei auch selbst entscheiden, was ich wann sehen möchte.
- Aus Langeweile
- Zeitvertreib
- TV läuft meist nur der gleiche Schrott und bei Youtube halt nicht
- guter Content, interessante Creator, gute Communities
- Es ist eine gute Ablenkung und falls man Langeweile hat.
- Weil es Spaß macht
- Mir machts spaß

- Langweile
- Zeitvertreib, Weiterbildung, auf dem neuesten Stand bleiben bei Technik, Unterhaltung
- Weil es Spaß macht.
- Der Unterhaltungsfaktor ist riesig und es gibt immer etwas Neues.
- Weil es Spaß macht neue Sachen zu entdecken und man immer was dazu lernt. LPs und Comedy einfach, weil es Spaß macht zuzuschauen und unterhaltsam ist.
- Ich kann schauen was ich will, wann ich es will und so oft ich es möchte.
- Langweile
- Zum Zeitvertreib, und um mich zu informieren, und mir die Meinung von anderen anzusehen/zu hören
- Weil es toll ist. Außerdem ist abonnieren möglich.
- Als Unterhaltungs- (Gaming) und Informationsmedium (PC-Hardware)
- Zur Unterhaltung
- Weil es mich unterhält.
- Ich kann bestimmen wann was läuft und ob ich es nach einer gewissen Zeit noch anschauen will!
- Weil gute Videos
- Es kann informativ sein und trotzdem Spaß machen.
- Zur Unterhaltung
- Weil es mich aufmuntert, und ich es Spannend finde
- Weil es dort eine Menge von unterschiedlichster Unterhaltung gibt.
- Informationen; Anleitungen; Unterhaltung; Während Schulaufgaben
- um mich zu informieren
- Puh schwere frage weil da halt viel YouTuber sind den ich folge
- Seitdem mich meine Frau verlassen hat, hab ich sehr viel Zeit mir alles Mögliche reinzuziehen.
- Unterhaltung, Information
- Ist unterhaltsam und informativ.
- Guter Zeitvertreib, gutes Entertainment

- Zum Zeitvertreib oder für Dokumentationen zum Lernen.
- Unterhaltung, lernen
- Zur Unterhaltung und informieren
- Da im TV nur Wiederholungen laufen.
- Vielfältige Inhalte werden geboten.
- Zur Unterhaltung
- Ich schaue Youtube da (noch) die Unterhaltung deutlich umfangreicher ist als zurzeit im Fernsehen. Außerdem sind viele Creator sehr kreativ, deutlich kreativer als vieles was im Fernsehen läuft.
- Ich schaue YouTube, weil ich dort nicht von den Sendezeiten abhängig bin und eine größere Freiheit und Auswahl habe, was ich schauen will
- Gute Unterhaltung gegen Langeweile
- Weil es mich besser unterhält als Fernsehen; Man kann selber sein Programm bestimmen
- Um Podcast und Tutorials zum Thema Fahrrad Schrauben
- Es Unterhält
- Zur Unterhaltung und für Informationen; Parallel als Audioplayer (am PC); Bei YouTube gibt es nun mal beinahe alles.
- Weil es mir Spaß macht
- Zur Unterhaltung und Musik hören
- Es ist vielfältig und sehr unterhaltsam. Außerdem sehe ich nur das, was ich möchte.
- Da ich gerne Games spiele und mir erste Eindrücke von manchen Games machen möchte.
- Teilweise besser als das aktuelle Fernsehprogramm.
- YouTube ist für mich ein Ort der Ruhe, wo man nach einem langen Schultag einfach mal Abschalten kann. Außer dem fühlt man sich bei manchen Influencern wohl und geborgen, weil sie ihre Community als Freunde und Kumpels betrachten.
- Schneller und einfacher Überblick. Starten, pausieren und beenden wann und wo ich will und egal auf welchem Gerät.

- Weil im Fernsehen meisten nichts Besseres kommt
- Weniger Werbung; Für mich persönlich angepasstes Programm; Flexibilität
- Macht Spaß und ist unterhaltenen
- warum nicht?
- Ich kann wählen welche Inhalte ich sehen möchte; Manche Videos sind höherwertig produziert, als Lokalfernsehen; Es ist tagesaktuell; Es spiegelt meinen Humor besser wieder.
- Besonders in Corona Zeit unterhält mich YouTube und man kann sich mit Menschen unterhalten, die die gleichen Interessen teilen und mit ihnen diskutieren. Außerdem kann man dadurch neue Freundschaften und Bekanntschaften schließen.
- Weil es mich ablenkt vom stressigen Alltag
- Da so viele Leute so viele Videos hochladen, findet man immer was zum Ansehen. Und dabei kann man noch auswählen was man schauen will, nicht so wie beim Fernsehen.
- Wegen Langeweile, oder etwas zu lernen wie z. B. Skaten. Dann gucke ich Tutorials und es ist leichter den Trick zu lernen. Lp's gucke ich nur von bestimmten YouTubern zu meinen Lieblingsgames.
- Man hat eine große Auswahl an Content und es ist immer verfügbar
- Ich möchte immer auf dem neusten Stand sein was Gaming etc. angeht und auch aus Langeweile
- Weil man viele Gaming-inhalte, Tipps, Neuigkeiten über dieses Medium schnell und einfach abrufen kann.
- Um Interessen nachzugehen.
- Als Zeitvertreib
- Weil ich mich sehr für das können anderer Gamer usw. interessiere!
- Weil man hier alles geboten bekommt.
- Unterhaltung gegen Langeweile
- Als Zeitvertreib, aber auch weil mich manche Themen, beispielsweise von Youtubern wie JP Performance sehr interessieren.
- Zeitvertreib, Unterhaltung aber auch Möglichkeit neues zu lernen
- weil im Free-TV nix anständiges gesendet wird

- Um die Langeweile zu unterbinden und meine Laune zu bessern.
  - Es gibt eine ziemlich große Auswahl und im Fernsehen läuft meistens nichts Gutes.
  - Weil es eine sehr vielfältige Plattform ist.
  - Weil es eine Abwechslung zum täglich gleichen sich wiederholenden Fernsehprogramm ist und man nicht an Großsender, wie RTL oder Sat1 Pro7 gebunden ist, sondern auch kleine aufstrebende Künstler und Individuen unterstützen
  - Zum Entspannen nach einem Arbeitstag.
  - Ablenkung vom Alltag
  - Viele Informationen zu allen möglichen Themen & freie Auswahl der entsprechenden Künstler. Man ist nicht an einen Fernsehmoderator o.ä. gebunden, sondern kann sich seinen Moderator zu bestimmten Spielen & Videoformaten selber aussuchen
  - Weil es besser ist als Fernsehen
  - Kein Fernseher.
  - Kann immer das schauen was ich will, nicht wie beim Fernsehen. Programm im Fernsehen ist eher für ältere Leute, YouTube gibt's auch für die jüngeren.
  - Vielfalt der Inhalte, je nach Laune findet sich immer etwas. Meistens zur Ablenkung, aber auch zur Informationsgewinnung (Tutorials, Technikvorstellungen, seltener Nachrichten)
  - Wegen Individueller und Nischenspezifischen Inhalten (Gaming/Motorsport/Special Interest) die nur über Youtube verfügbar sind und der Möglichkeit, diese Inhalte jederzeit zu schauen.
  - Individuell und immer verfügbar
  - Fernsehen viel zu altmodisch und politisch untermalt
  - Weil es gute Youtuber da gibt die schöne Videos machen so wie du
- 
- Unterhaltung
  - Unterhaltsam
  - Unterhaltung und Information
  - Weil ich dort den Inhalt finde, den ich gerade gucken möchte.

- Besser als Fernsehen
- Unterhaltung, Community, Interaktion und Austausch mit gleichinteressierten
- YouTube ist für mich informativer und unterhaltsamer als T V.
- Ich habe noch nie darüber nachgedacht, aber ich glaube das es mich einfach unterhält.
- Man bekommt bei den Kanälen, die ich schaue Einblicke in die Betätigungen und Aktivitäten des Berufes, die man im Fernsehen oder im normalen Leben nicht hat. Z.B. sind die Einblicke in den Rennsport durch einige Teams sehr interessant genauso wie Vlogs/Zeitraffer von landwirtschaftlichen Aufgaben.
- Da es eine gute Alternative zu Fernsehen ist.
- Zur Unterhaltung, zum indirekten weiterbilden
- Weil ich entscheide was ich gucken will. Zumal der Content einen größeren Unterhaltungsfaktor bietet.
- Ich schaue YouTube, weil ich da die Inhalte suchen und wählen kann die ich sehen möchte.
- Zur Unterhaltung
- Weil YT, mir mehr Unterhaltung bietet als das normale Fernsehprogramm.
- Sämtlicher Content meist schneller Verfügbar im Vergleich zum T V
- Weil es Unterhaltung ist, interessante Videos und es Youtuber gibt, die Spiele spielen, welche noch gar nicht kenne
- Um mich zu Unterhalten und hinzu zu lernen...
- Um die Zeit zur Arbeit und zurück zu überbrücken (Öffis)
- Zur Informationsgewinnung bei beispielsweise Gaminginhalten und DIY-Anleitungen
- 1. Beste Plattform für Videos; 2. Content ohne Ende
- Macht Spaß; Ich gucke mir Let's Plays von spielen, an die ich selbst nicht spielen kann
- Sehr gute Frage kann ich leider nicht beantworten
- Es macht mir Spaß und wenn andere eben Musik anhören, um runterzukommen schaue ich halt YouTube.



- Weil es ein guter Zeitvertreib ist, um vom Alltag abzuschalten und sich eine Pause zu gönnen
- Weils lustig und teilweise informativ ist. Grad wenn es um Gaming geht, ist es super vorher Let's Plays zu sehen, um dann zu entscheiden ob ich dieses Spiel auch möchte
- Weil es mich unterhält und mich vom Alltag ein bisschen runterbringt
- Unterhaltung und Ablenkung von anderen Themen.
- Man kann sich Videos anschauen bzw. pausieren, wann man will (es gibt kein Sendeplan wie im Fernsehen z.B.). Große Auswahl an Videos
- Macht einfach Spaß zu schauen haha
- Unabhängigkeit (Ich bestimme was ich sehen möchte), bessere/interessantere Videos als im Fernsehen
- Zu Unterhalten und um etwas zu lernen.
- Zur Unterhaltung oder bei Spielen für Tipps und Tricks um weiter zu kommen.
- Um meine Zeit zu überbrücken oder wenn mir grad langweilig ist
- Guter Zeitvertreib
- Man kann es einfach, schnell und zwischendurch schauen ohne großartige Aufwände.
- Informiert sein; Gaming ist mein Hobby; Sonst naja, nutze es einfach gerne
- Rein zur Unterhaltung. Dort kann ich Let's Plays, Produkttests, History-Videos und andere Formate finden und gucken die mir gefallen. Im TV kommt ja schon seit Jahren nur noch ödes Zeug wie diese Fake Dokus.
- Weil man seine eigenen Programme selbst entscheiden kann
- Es ist ein guter Zeitvertreib und manchmal sogar besser als TV
- Wenn nichts los ist geht die Zeit mit YouTube immer los. Und manchmal hat man das Gefühl eines Zwangs, da man nichts verpassen will. Es gibt zu viele Kanäle :/
- Unterhaltung und zum einschlafen

- Weil es einfach und aktuell ist.
- Coole Formate, einfache Bedienung
- 1. Zeitvertreib bei längeren Wartezeiten im Nebenjob. 2. Erweiterung und Auffrischung meines Wissensstandes in Kurzform (z. B. über die YT -Kanäle von Simon Whistler) 3. Mag ich keine komplette Stille, wenn ich für die Uni lerne/Essays oder Hausarbeiten schreibe und habe gern etwas im Hintergrund laufen.
- Zum Entspannen und zur Unterhaltung.
- zur Unterhaltung.
- Weil es mir Spaß macht
- 1. Zur Unterhaltung.
  - 2. Zum Lernen von neuen Dingen, die mir künftig weiterhelfen werden (Sprachen, Fähigkeiten für meine Ausbildung/Job).
  - 3. Erfahrungen/Fehler, die andere gemacht haben, kennenlernen und diese in meinem Leben anwenden bzw. aus ihnen lernen.
  - 4. Als Ersatz zu herkömmlichen Fernsehen (zum Großteil), da es auf mich angepasst ist und ich Das schauen kann, was ich möchte und nicht auf bestimmte Sendezeiten angewiesen bin.
  - 5. Um Politische Debatten, Meinungsäußerungen und Stellungnahmen von Politikern, die in dieser Art und Weise nicht im Fernsehen ausgestrahlt werden bzw. ich sie verpasst habe, zu sehen.
  - 6. Selten auch kurze Tutorials, falls ich ein neues Programm ausprobiere, um schnell mit diesem zurechtzukommen
- Zeitvertreib, Entspannung, Ablenkung
- Weil ich gerne Let's Plays von Spielen schaue, die ich selbst nicht spielen kann oder darf.
- Damit überbrücke ich Zeit, in der ich mich langweilen würde
- Weil es weniger bis zu gar keine Werbung gibt und ich das Schauen kann, worauf ich Lust habe
- Interesse an bestimmten Spielen (Let's Plays), wegen Onlinetutorials rund ums zeichnen
- Stimmung aufhellen (DiePixelHelden hervorragend dafür :D), zusätzliche Informationen erhalten, Musik hören, Ablenkung nach anstrengenden Tag, (meist unnützes) Wissen aneignen, etc.
- Eine ehrliche alternative zum Öffentlichen rechtlichen Fernsehen

- Größe Auswahl an gutem Content
- Es ist eine sehr schöne Ansammlung von Kreativen Menschen.
- Spaß, Entspannung
- Kostenlos, während Corona Zeitvertreib und sonst zu Unterhaltung
- Zur Unterhaltung und zur Weiterbildung
- Weil ich es schön ist so viel Abwechslung zu haben
- Zeitvertreib; Tutorials
- Um zu entspannen, aufgrund unterhaltsamer und informativer Inhalte mancher Videos
- Gelegentlich als Zeitvertreib aber meist um mich über Dinge zu informieren oder um herauszufinden, wie etwas praktisch funktioniert
- Weil ich gerade nicht zocke xd
- Weil ich dort selber entscheiden kann was ich mir wann ansehe
- Ich schau YouTube, weil Ich es liebe Anderen Beim Zocken Zuzuschauen
- Weil ich es cool finde was die PixelHelden machen
- Informationsbeschaffung, Unterhaltung
- Es isst informativ und unterhaltsam
- Um ein wenig dem Alltag zu entfliehen.
- Ich produziere selbst Content & die Nähe zu anderen YouTubern ist viel deutlicher als im TV
- Viel verfügbar
- Viele Inhalte, die mich interessieren, welche ich durch andere Medien wie z. B. Fernsehen nicht konsumieren kann, da diese Themen dort nicht zu finden sind.
- Einfaches Interface, viele neue Ideen von vielen verschiedenen Personen, Abwechslung, immer etwas zum ansehen
- Weil ich mir kein Spotify für Musik leisten kann und ich Youtube als Zeitvertreib benutze
- Abwechslungsreiche Unterhaltung
- Weil dort sehr viel nice Content ist
- Zeitvertreib (Unterhaltung) Ähnlich wie Fernsehen nur personalisierter, Lernplattform

- Aus Langeweile, oder um am Abend einfach mit dem Kopf abzuschalten. Ab und zu, um nach neuen Games zu suchen oder nach Gameplays.
- Zum einen schaue ich Let's Plays, weil ich selbst gerne Computerspiele spielen würde es aber mir meine Eltern nicht erlauben. Zum anderen, weil mir das alles sehr viel Spaß macht
- Weil es hilft die Zeit zu vertreiben und man kann sich die Spiele anschauen, die man nicht selbst hat.
- Weil es Spaß macht dort Dinge zu schauen
- Zur Unterhaltung und Zeitvertreibung
- Um einfach mal vom Alltag nach der Schule oder Arbeit zu entspannen...
- Zum Zeitvertreib
- Ich nutze YouTube hauptsächlich, weil es dort persönlichere Inhalte gibt, als im normalen Fernsehen und weil es ein Streamingdienst ist, bei dem man eben nicht an Ausstrahlungszeiten gebunden ist.
- Mein persönlicher Ersatz für das Fernsehen schauen. Da ich für meine Interessen Und meinen Gemütszustand immer das richtige finden kann.
- Weil es mich unterhält oder ich Musik hören will.
- Entweder aus Langeweile oder, weil mich ein Thema interessiert. Beispielsweise Autos.
- Zur Unterhaltung.
- Konsum von Entertainment- und Lehrinhalten
- Kein Bock mehr auf Propaganda-TV. Echte Informationen findet man nur mehr dort, bzw. auf Telegramm.
- Ich schaue YouTube zum Zeitvertreib.
- Unterhaltsamer und vielseitiger als Kabel-TV.
- Weil mich die Videos in erster Linie unterhalten. Und ich mir auch Infos holen kann, sei es ein Spiel oder wie kann ich meine Waschmaschine reparieren
- Unterhält mich auch in eher schlechteren Phasen

- Musikvideos und Tutorials zu Softwareprodukten wie Adobe Premiere Pro.
- Du kannst das sehen was du willst ohne nervige 15 Minuten Werbung. Im Fernsehen wird nach gefühlt jeder 5 Szene Werbung geschaltet. Es gibt nichts wirklich Interessantes im Fernsehen. YouTube Videos haben eine bessere Qualität und da wird mehr Elan reingesteckt
- Als Lkw-Fahrer verbringe ich so meine Wartezeit
- Gezieltes Auswählen der Inhalte; Speziellere Inhalte als im Fernsehen; quasi überall verfügbar; Pausenfunktion; Kommentarfunktion
- Damit nur nicht langweilig ist, wenn ich grad nichts zu tun habe und weil ich manche Videos auch sehr interessant finde.
- Weil ich dort selbst entscheiden kann was ich gucke und wann ich es gucke. Außerdem hat man einen persönlichen Kontakt zu den Erstellern.
- Eine Art von Entertainment und kann zur Bildung genutzt werden
- Zeitvertreib, Entspannung und weil nichts im Fernsehen läuft was mich irgendwie interessiert
- Zeitvertreib/Unterhaltung
- 1. Unterhaltung
- 2. Um mich zu informieren
- Freizeitausgleich
- Hauptsächlich zur Know-how Generierung über Tutorials und natürlich auch zur Unterhaltung
- Videos on Demand; Vorspulen; Let's Plays
- Zeitvertreib
- Gute Frage. ^^ Ich schaue gerne eure Let's Plays und höre viel Musik, man hat dort einfach eine unglaublich große Auswahl.
- Entspannen und Unterhaltung
- Gibt immer was, was man sucht, dadurch findet man auch andere gute Sachen, die man vorher nicht so auf dem Plan hatte

- große Auswahl; Benutzerfreundlich (auch durch den Algorithmus, empfohlene Videos); viel Abwechslung
- Weil's besser ist als T V und man es chillig im Hintergrund laufen lassen kann.
- Es gibt viele verschiedene Kategorien, die man nach Beliebigkeit kucken kann. Viele neue Sachen zu entdecken, viele neue Sachen teilweise zu lernen die man nicht wusste. Hilft auch gegen Langeweile :)
- Informativ
- Es ist ein schöner Zeitvertreib und ich mag die Videos der PixelHelden.
- Weil mir das Einheitliche Fernsehprogramm nicht den Unterhaltungswert vermitteln kann den Youtube mit seinen vielen Arten von Content bietet. Außerdem kann ich mir mein Programm aussuchen und habe immer Zugriff (soweit Internet vorhanden) auf alle Inhalte, die mich interessieren.
- Zum Entertainen.
- Weil ich dort das sehen kann, was und wann ich möchte
- Ist meistens die bessere Unterhaltung als das was im Fernseher läuft.
- Ich schaue YouTube aufgrund der vielseitigen Unterhaltung.
- Ich schaue gerne an verschiedenen Streamer zu
- Zeitvertreib
- Inhalte gibt es nur auf der Plattform, andere Art des Entertainments, Communityaspekt (zum Teil) Möglichkeit zur Interaktion und Einflussnahme, zum Teil realitätsnäherer Content, man kann sich in seiner Interessensnische (Simracing) Informationen und lehrreiche Inhalte ansehen
- Große Auswahl und viele coole Leute die Content produzieren und Spaß daran haben.
- Zeitvertreib und Unterhaltung
- Abwechslung und einfache Bedienung. Man kann zu jeder Zeit alles anschauen.
- Oft sehr informativ

- weil es neben Twitch die wohl bessere Medienwelt ist neben Fernsehen und Radio
- Zur Unterhaltung und Zeitvertrieb.
- Weil es entspannend ist.
- Weils abwechslungsreicher im Vergleich zum TV ist und man näher bei den Creatorn ist.
- Als Alternative zum Mainstream-T V da ich hier die Themen und Inhalte selbst wählen kann. Ich damit den "Ersteller" des Inhaltes/Uploader des Videos unterstützen kann. Weil ich jederzeit pausieren, eine Folge wiederholen kann.
- Weil es mich unterhält.
- Zur Unterhaltung und zum Abschalten von einem stressigen Tag
- Weil es eine sehr coole Plattform ist
- Da ich dort die Videos auf Abruf habe, wenn ich Zeit und Lust darauf habe und die Vielfältigkeit einfach unglaublich ist
- Ich schaue YT, weil es viele Videos gibt die Unterhaltsam sind.
- Weil es auf dieser Plattform viele, für mich persönlich, interessante Videos zum Angucken gibt. Außerdem macht es Spaß sich die Videos von seinen Lieblings-Youtubern anzuschauen.
- Youtube bietet einfach das was mich auch interessiert. Bei einigen Fernsehsender sieht man nur noch angebliche Real Live Sachen was zu 99% von den Sendern vorgeschrieben ist. Youtube hat für mich persönlich mehr Möglichkeiten auch interaktiv zu werden was man beim klassischen T V nicht so direkt werden kann
- Einfach zu erreichen. Auf mich zugeschnitten, auch wenn oft auch Mist dabei ist
- Nach dem Arbeiten meistens zum Abschalten, um den Tag ausklingen zu lassen. Am Wochenende, weil Gaming mein liebstes, aber auch mein teuerstes Hobby ist und YT Gott sei Dank kostenlos ist.
- Ein Zeitvertreib und Unterhaltung
- Es unterhält einen. Man kann sich schnell und unkompliziert das suchen, was man gerade schauen möchte.



- Aufgrund der Unterhaltung
- Meistens um Langweile zu vertreiben
- weil es Spass macht anderen beim Zocken zuzusehen:
- Entspannung, relaxen, runterkommen, Langeweile
- weil ich nur begrenzte Möglichkeiten habe selbst aktiv zu sein
- Zum Abschalten, in eine andere Welt eintauchen
- Weil es mich Unterhält
- Interessantere Inhalte als im Fernsehen
- Man lernt Neues und es macht Spaß.
- Unterhaltung; Ablenkung; Informationsbeschaffung
- 1. YouTube ist Kostenlos
- 2. Es gibt eine Vielzahl an verschieden Videos zu sehr vielen Themen, die man jederzeit anschauen kann
- 3. Unterhaltung
- 4. Hilfestellungen bei versch. Problemen/Themen
- Zeitvertreib, Weil's Spaß macht
- 1. Informationsbeschaffung zu unterschiedliche Themen.
- 2. Aus Unterhaltungsgründe/Zeitvertreib
- 3. Zum Hören von Musik
- Einfacher Zugang, große Auswahl, Vielfalt und viele Abspielmöglichkeiten
- Große Auswahl, neuste Musikvideos, neue Spiele
- Schnelles interessantes medium mit wenig Werbung.
- Zur Unterhaltung. Und weil es gut nebenbei geht.
- YouTube hilft mir zu entspannen und von meinem Alltag runterzukommen.
- DiePixelHelden; Felix von der laden; Unge
- Hauptsächlich zur Unterhaltung.
- Um auch mal abzuschalten, teilweise aber auch, um mich auf die Schule vorzubereiten.
- Informationssuche und Zeitvertreib
- Zum Entspannen und zum Lachen
- Weil es finde ich attraktiver gestaltet ist als das Fernsehprogramm.
- Interessante Inhalt und aus aller Welt

- Ist nicht schlecht
- Hauptsächlich wegen Rennspielen. Um selber beim Spielen Tipps zu holen.
- Es bringt Spaß
- Zur Unterhaltung im Fernsehen läuft doch nichts vernünftiges mehr
- Um mich zu entspannen und um über lustige Videos zu lachen
- Informative Videos, Replays vergangener Veranstaltungen, Motorsport, Wintersport, Gaming, Technik, Bildung
- Zur Horizont Erweiterung und Unterhaltung.
- Um Informationen zu erhalten und neues zu lernen. Natürlich auch zur Unterhaltung.
- Zur Unterhaltung.
- Langeweile oder um mich schlau zu machen
- Ersatz zum fernsehen
- Weil ich Spiele, die ich selber nutze sehr interessant finde zum besser werden und zum Zeitvertreib, wenn Langeweile aufkommt
- Zum Zeitvertreib hauptsächlich ab und zu auch um mich über manche Themen zu informieren
- Sehr verschieden. Jeden Tag kann man neue Videos schauen. Und alles Mögliche
- Weil ich selbst entscheiden kann was ich sehe
- Weil ich mir genau das ansehen kann was ich möchte.
- Ich möchte schulisch und privat dazulernen. Sonst möchte ich mich ein bisschen unterhalten.
- Um unterhalten zu werden oder auch um mir neues Wissen durch Tutorials anzueignen
- Zum Spaß und für Infos
- Lustiger Zeitvertreib und um Infos zu neuen Spielen zu bekommen. Um Musik zu hören.
- Kurzweiliger als TV
- Um unterhalten zu werden. Langeweile
- Aus Spaß an der Freude. Interesse an neuen Videos von abonnierten YouTubern. Langeweile

- Weil mir viel Humor wichtig ist, und weil ich denke, dass es irgendwie etwas mit Social Media zu tun hat, da man verschiedene Kanäle Supporten kann, indem man ihre Arbeit lobt.
- Ich schaue hauptsächlich YouTube, weil es die PixelHelden nicht auf DMAX gibt. Die Werbepausen sind erträglicher. Der Content ist viel "besser" würde ich nicht sagen aber an die Community angepasst und es wird drauf reagiert. Ich persönlich schaue den Content von PXH mit am liebsten, weil auch die Community gut ist und man sich bei Livestreams austauscht und sich mit dem gezeigten Inhalt beschäftigt.
- Zeitvertreib, Hintergrund Beschallung, Persönliche Interessente Themen aka Dokus zum Allgemeinwissen sammeln usw.
- Zur Unterhaltung und Weiterbildung
- Es ist eine gute Ablenkung, wenn man gestresst oder einem langweilig ist
- Weil es Spaß macht und man vieles Neues sieht.
- Unterhaltung und oft auch Informationsbeschaffung z.B. zu Hobbies wie Fotografie, Gaming und MTB
- Es ist interessant
- Aufgrund einer vielschichtigen Zahl an Angeboten, welche mir das Fernsehen in T eilen nicht bieten kann. Bsp. LPs, aber auch Inhalte von Funk. Dennoch nutze ich auch die Mediatheken der ÖR recht häufig.
- Hobby
- Ich schaue YouTube, da ich es interessant finde wie viel Arbeit die Leute in ihre Videos stecken und auch zu sehen, wie sie damit Erfolg haben. Außerdem schaue ich auch gerne Menschen zu wie sie neue Dinge ausprobieren und gleichzeitig ihre Reichweite nutzen, um über wichtigen Dinge zu informieren.
- Bildung und Entertainment
- Unterhaltung, wann ich sie will
- Zeitvertreib und Unterhaltung
- Viele individuelle Videos auf die ich unbegrenzt zugreifen kann

- Unterhaltung/Nachrichtenbeschaffung
- Kostenloser Zugang, Aktualität der Videos, Vielfalt und thematisch vorgeschlagene Videos, Zugang auch für Fremdsprachler
- Dinge zu lernen; Unterhaltung; Langeweile
- Freie Contentauswahl ohne Kostenpflicht
- Weil es Unterhaltsam ist und es meine Stimmung hebt.
- um Zeit zu vertreiben
- Die Unterhaltung für nebenbei
- Um gewisse Fähigkeiten zu erwerben, Inspirationen für die Arbeit oder um meine trübe Stimmung mit süßen Tiervideos aufzuhellen
- Ich kann selbst bestimmen was ich schaue und wann ich es schauen möchte. Des Weiteren kann ich so Inhalte konsumieren, die genau meinen Interessen entsprechen.
- Es vertreibt mir die Zeit
- Langeweile, Interessen
- Ehre
- Mittlerweile ist es eine gute Unterhaltung, einfach abschalten und genießen. Gerade die Let's Play Videos sind super!
- Ich hab YouTube immer laufen, wenn ich am Zocken bin. Meist denn längere Let's Plays die man als Hörspiel benutzen kann. Aber auch für Tutorials bin ich immer wieder gerne auf YouTube. Ich meine es gibt für alles was man sucht schon ein Youtube-Video also ist es meist einfacher als sich dadurch zu lesen
- Unterhaltung
- Als Zeitvertreib überwiegend beim Essen, aber auch um mal eine Pause vom Alltag zu machen.
- Interessant
- Infos zu Spielen, Sympathische Let's Player
- Gegen Langeweile, um die Spiele gespielt zu sehen, die ich mir nicht leisten kann und um für Klausuren / Prüfungen zu lernen
- Hilfe bei Spielen (Entscheidung ob Kaufen oder nicht, Hilfe wenn dann in Spielen nicht mehr weiter kommt
- Es hilft mit bei Problem und unterhält mich

- Weil die PixelHelden den Tag retten!!! Und wenn man selbst nicht die Möglichkeit hat zu zocken hilft nur zusehen und sich dran erfreuen
- Spaß, Information
- Alles was man will ist jederzeit abrufbar. Man "muss" nicht die ganze Sendung an einem Stück schauen.
- Weil es Spaß macht den Leuten auf den Kanälen zuzuschauen, wie z.B. Die PixelHelden mit Auto rennen, skribbl, Raft usw. Ich finde sie lustig und mag sie echt gern
- Für Unterhaltung
- Inhalt den ich mir selbst aussuchen kann, Zielgerichtete Anleitungen für Bauprojekte, Live-Kommunikation bei Streaming
- Es unterhältet, man hat wenig Werbung und man kann leichter das schauen was einen interessiert.
- Weil es dort eine Vielfalt an Videos gibt, Let's Plays, Musik..., Comedy, usw.
- Hallo Mushroom, aka Arnold, ich schau mir hauptsächlich Youtube an um von anderen Youtuber zu lernen. Ich besitze selber ein Kanal und hab seit diesem Jahr angefangen Gaming Content zu produzieren. Ich schau mir regelmäßig euren gemeinsam geführten Kanal an um zu verstehen wie man Gaming Content richtig macht :)
- Man kann sich sein "Programm" selber zusammenstellen und schauen, wann man möchte
- Um Zeiten der Langeweile oder Wartezeiten zu überbrücken, immer auf den laufenden zu sein, wegen der guten Unterhaltung und auch weil es Spaß macht auf YouTube unterwegs zu sein.
- Weniger Werbung als im Fernsehen; Eher der Inhalt, den ich sehen will, bzw. jederzeit der Inhalt abrufbar den ich derzeit sehen möchte
- Wegen der Unterhaltung
- Schöner Ausgleich nach einen harten Arbeitstag, um meine Lieblingsmusik zu hören, meine Lieblings-YouTuber zu schauen und über alles Mögliche zu lachen (failarmy, ...)
- Unterhaltung
- Einschlafhilfe; Zeitvertreib; Langeweile; Infos zu spielen; Unterhaltung

- Entspannung, Weiterbildung, Spaß
- Zur Unterhaltung und um etwas Neues über Musik und Spiele zu erfahren. Liebe Grüße an DiePixelHelden
- Es ist eine kreative Plattform, wo immer andere coole Dinge sind und es sehr abwechslungsreich ist.
- Kostenlos, zu jedem Thema gibt es etwas.
- Weil ich den Content mir selbst aussuchen kann, vor allem wann ich ihn anschauen möchte und bin an keine Zeit gebunden, außer Livestreams, die man sich aber selbst noch im Nachhinein jederzeit anschauen kann. Und vor allem, weil das Fernsehprogramm für mich immer uninteressanter wird.
- Freie Wahl an Thema und Uhrzeit des Videos
- Weil ich es entspannend finde.
- Einfache Suche; Viel Inhalt
- Weil mich der Gaming-Bereich interessiert.
- Um neue Musik zu entdecken, FanVideos zu TV-Shows anzusehen, Katzenvideos, Comedyvideos (Datteltäter)
- Aus Spaß einerseits, zum anderen Tipps für Spiele einzuholen, Tutorials zu Spielen zu erfahren, um das eigene Spielverhalten zu verbessern
- Das ist mein Ersatz für das normale TV.
- Kostenlos
- Weil es Spaß macht, Zeitvertreib
- Ich finde es ist ein sehr guter Zeitvertreib und für Unterhaltung ist auch bei verschiedensten YouTubern gesorgt.
- Jeder Zeit möglich z.B. Mittag
- Unterhaltungszweck
- Es ist abwechslungsreicher und individueller als das Fernsehangebot. Man kann sich die Zeit zum Ansehen von Videos heraussuchen und ist nicht an eine Prime Time oder so gebunden
- Weil ich mir den Content jederzeit aussuchen kann und ich über ein spezifisches Thema schnell Inhalt bekomme aus verschiedensten Blickwinkeln (z.B. bei der Meinungsbildung)

- Zu Unterhaltung, die einen schauen Streaming-Portale wie Netflix andere wieder sehen fern
- Zur Informationsgewinnung und zum Zeitvertreib.
- Weitreichendes Angebot diverser Medien und viele unterschiedliche Möglichkeiten der Darbietung
- Ablenkung, Entertainment
- Kann ich im Hintergrund dudeln lassen; ich kann mir das anschauen, was mir gefällt.
- Um Unterhalten zu werden
- Weil es einfach besser als Fernsehen ist. Man kann sich sein Programm selbst Zusammenstellen und genau das gucken was man gerade möchte. Egal zu welcher Urzeit und egal an welchem Ort man ist. (Solang man eine Internetverbindung hat versteht sich.)
- Meist um mich über Themen zu informieren, wo man schlecht über den Fernseher rankommt. Und um mich zu unterhalten.
- Weil ich da On-Demand schauen kann und dort Formate laufen, die im Fernsehen nicht kommen
- Um Unterhalten zu werden und mich zu informieren über bestimmte Artikel bevor ich sie mir am Ende kaufe.
- Unterhaltung; Informationen
- Hauptsächlich zur Unterhaltung
- Es macht Spaß und unterhält
- Zur Unterhaltung, und wegen dem Spaß
- Ist die einfachste Plattform für Benutzer, man findet zu allem etwas
- Zeitvertreiben oder Dinge lernen
- Es ist eine gute Methode einfach mal runterzukommen; ich habe spaß; ich lerne z.B. englisch, wenn ich englische Youtube-Videos schaue
- Als Beschäftigung. Immer auf dem neusten Stand.
- Informativ, vielseitig und süchtig machend
- Es gibt viele interessante Dinge, auch lernt man manchmal was (z.B. Englisch wird durch Englisch YouTube schauen einfacher). Ich nutze es auch als Entspannung



- Kostenlos; Gute Inhalte (möglich); Auf allen Geräten und überall nutzbar; Unterhaltung
- Um bspw. die Mittagspause ein bisschen aufzufrischen aber auch nach der Arbeit, um abzuschalten.
- Zeitvertreib, Informationen
- Wegen der vielseitigen und unterhaltsamen Videos.
- Da es, zumindest für mich, nicht viele andere Dinge gibt, welche mich für eine längere Zeit beschäftigen, ohne dass mir dabei Langweilig wird, da es so eine immens große Auswahl an Projekten, Themen und Creatoren gibt, ebenfalls die Möglichkeit zu haben, sich Videos, ähnlich einer Mediathek immer wieder ansehen zu können, finde ich persönlich sehr gut
- Individuelle Unterhaltung je nach Bedarf und Stimmung
- Spaß an den Formaten; Musik als Unterhaltungsmedium gegen stille
- Um die leere zu füllen
- Es ist sehr unterhaltsam, lustig und entspannend
- Ich schaue Youtube, weil Ich gerne "aufwendige" Videos schaue, d.h. Videos, bei denen sich der Betreiber viel Mühe gegeben hat. Außerdem schaue Ich sehr gerne Nachrichten, da Ich immer, über bestimmte Ereignisse, informiert werden möchte.
- Es gibt halt einfach eine größere Vielfalt an Content und man das was man schauen möchte dann schauen, wenn man es möchte.
- Kostenlose Unterhaltung und Musik. Zudem gibt es sehr hilfreiche Tutorials und Erklärungen zu schwierigen Studieninhalten
- Weil es die beste Alternative zum Fernsehen ist, da im TV für mich nur "Müll" läuft
- Gute, bessere Unterhaltung als im Free-TV. Man kann das gucken was man möchte, ohne eine zeitliche Begrenzung.
- Für Musik oder zur Unterhaltung, da ich Fernsehen nichts Relevantes für mich da ist.
- Ich schaue YouTube zur Unterhaltung oder um einfach mal runterzukommen.
- Content der einen interessiert

- Interessant und Spannend
- Informationen erhalten, bei denen es hauptsächlich auf visuelle Vermittlung ankommt
- Wenn ich Langeweile habe zum Zeitvertreib.
- Unterhaltung, besser werden in spielen
- Zugriff überall möglich. Einfach, spannende/neue Inhalte zu finden
- Im Alltag individuell, direkt und unkompliziert verfügbar
- Individuell vorgeschlagener Content ohne längere Werbepausen und eine große Auswahl an Unterhaltungsmaterial
- Entertainment, auch wenn es einem Mal nicht so gut geht, aber auch generell bietet das YT. Um mich von der Umwelt um mich herum abzulenken und in eine "andere Welt" einzutauchen.
- Interessantere Formate als im Fernsehen. Verschiedene Wissenschaftskanäle mit unterschiedlichen Themengebieten. Ich kann schauen was ich will wann ich es will.
- Weil ich nun schon seit längerer Zeit einer Community angehöre, die über YouTube diese Community unter anderem betreibt, außerdem schaue ich zur Unterhaltung diverse Kanäle bzw. Videos. Gleichzeitig schaue ich auch Tutorials bzw. Anleitungen oder Wissenswerte Videos, um mein eigenes Wissen zu erweitern oder um mich zu erkundigen, wie etwas funktioniert
- Vor allem zur Unterhaltung und zum Lernen. Sei es für die Schule oder auch um Tricks in Games herauszufinden.
- Ich schaue Youtube um Abschalten und um zu Lachen aber auch für Tipps bei Spielen und für meine Hobbys.
- Sehr unterhaltend
- Eindrücken von neuen Spielen gewinnen. Reviews/Produkt Vorstellungen. Unterhaltung und teilweise zum Weiterbilden.
- So zwischendurch, wenn man gerade lernt oder so einfach Mal eine halbe Stunde ausspannen und wenn keine Freunde Zeit haben etwas zu unternehmen oder als Ablenkung

- Es gibt mir die Möglichkeit, mich gezielt mit Informationen zu versorgen, wann und wo ich es möchte. Zudem bieten mir einige Formate einen hohen Unterhaltungsfaktor :)
- Zeitvertreib Unterhaltung und etwas zu lernen
- Weniger Werbung, mehr Auswahl zu bestimmten Themen, Unterhaltung, Sichtweisen oder Lösungswege von anderen (Nachrichten, Games)
- arte Dokus/ Tipps für Spiele/ Informationen beschaffen zu allem möglichen
- Hauptsächlich zur Unterhaltung.
- Um Bewertungen für Zubehör zu schauen. Und zur Unterhaltung für Freizeit
- Pause vom Alltag
- Weil ich mir dort genau Videos ansehen kann, die mich ansprechen
- Um auf dem neusten Stand zu sein, aus Interesse eines Influencer bis hin dazu, dass wenn ich Musik höre auch ein anderes Angebot habe, wie zum Beispiel auf Spotify, Deezer, usw. YouTube bietet für mich aber auch Abwechslung von Streamingdiensten (Netflix und Disney\*) da auf YouTube auch vieles Interessantes gibt
- Riesige Auswahlmöglichkeiten; ich kann schauen, wann ich möchte, die Videos sind immer verfügbar; ich kann selber entscheiden was ich sehen möchte
- Tolle Unterhaltung; Jeden Tag was Neues
- Informationsbeschaffung und Unterhaltung
- Weil man gucken kann worauf man bock hat und nicht an einen Sendetermin gebunden ist
- Weil man sich einfach berieseln lassen kann und mal nicht nachdenken muss. Oder eben wegen Lerninhalten.
- Fernsehprogramm reizt mich nicht
- Aus riesiger Auswahl an Inhalten auszuwählen was man davon schauen will, Interaktion mit den Content Creatoren und der Community, weniger nervende und nicht so viel Werbung
- Wenig Werbung, kostenlos, Abwechslungsreich, Videos auf Abruf

- Große Auswahl, einfach zugänglich. Tatsächlich, auch wenn der Vorschläge-Algorithmus zu Recht kritisiert werden kann und muss, funktioniert er besser als an vielen anderen Orten
- So kann ich das schauen, was ich will und bin nicht an das TV-Programm gebunden. Im TV läuft eh nix besonderes mehr.
- Viele Zusammenfassungen von Sendungen oder einzelne Infos über bestimmte Themen und natürlich Let's Plays zum Zeitvertreib
- Um mich zu informieren was es Neues in Sachen Gaming/Music gibt
- Der Inhalt den ich sehen will mit kurzen Pausen im Vergleich zum TV von 10 min
- Zum einem zur Unterhaltung und zum anderem, um Videos zu bestimmten Schulfächern anzuschauen
- Entspannung
- Aus Langeweile
- Zur Information; Überbrücken von Wartezeiten; Unterhaltung
- Weil es Spaß macht euch und andere zu schauen. Ich mache mir immer auch eine Meinung von den Spielen ob ich sie mir hole.
- Zur Unterhaltung und zur Informationsbeschaffung
- Weil es Unterhaltung bietet.
- Im Free T V spürt man einfach keine Nähe zum gezeigten Content. Es ist sehr übersichtlich gestaltet und man findet sich immer zurecht.
- Um Ideen für neue Computergames zu bekommen
- Zum Vertreiben der Langeweile.
- Weil es eine Plattform ist wo ich Musik Videos oder coole Let's Plays gucken kann
- Weil es Spaß macht. Und durch die aktuelle Coronakrise auch mehr Zeit dazu habe.
- Ich kann bei YouTube mein Programm und auch den Zeitpunkt, wann ich es schaue, selbst bestimmen.
- Große Auswahl. Verbindung zu den Inhalten. Freie Entscheidung, wann und wo konsumieren, auch Plattform übergreifend
- Um mich zu unterhalten. Hat meinen TV-Konsum ersetzt.

- Kann mir anschauen was mir am Ehesten gefällt und bin nicht maßgeblich an Sendezeiten gefesselt.
- Just For Fun
- Wegen Musik Remixen; Gaming Videos, weil ich selbst gerne zocke; lustige Videos zu sehen, um Spaß zu haben
- Zeitvertreib
- Zum Zeitvertreib
- Es vertreibt die Langeweile.
- Ich schaue YouTube, weil es mir Spaß macht Let's Plays zu schauen oder Musik zu hören.
- Weil es ein guter Zeitvertreib ist und man dabei sehr gut entspannen kann.
- Um Zeit zu vertreiben
- Weil es mir immer spaß macht Gaming und Let's Plays zu schauen und manchmal sogar auch Dokumentationen. Dadurch lerne ich auch neue Spiele kennen und lerne auch was aus den Dokus.
- Weil mir langweilig ist und im TV nur Mist kommt
- Ich kann das sehen was ich zu der Zeit, wenn ich es will
- weil ich mir dort Dinge anschauen kann, die es im Fernsehprogramm nicht gibt
- Große Auswahl an verschiedensten Videos
- Entspannen nach der Arbeit
- Weil ich mich von einem Fundus an Videos mit einer großen Vielfalt an Themen unterhalten oder informieren lassen kann.
- Weil es mir spaß macht zuzugucken
- Weil ich gerne die Let's Plays anderer Spieler schaue und mir auch gern mal alle Arten von Musik anhöre
- Weil es mir Spaß macht anderen beim Spielen zuzuschauen außerdem lernt man dadurch viel.
- Besser als T V-Programm
- Weil es auch kleine Sparten bedient, die jeder Zeit abrufbar ist. Ohne große Werbeunterbrechnung.
- Aus Langeweile

- Ich finde YouTube hat eine große Spannweite an Videos, man kann gucken, was man will, wann man will und dies begeistert mich daran.
- Zeitvertreib, Gute Laune, interessante Einblicke
- Ich kann mein Programm einfach selber bestimmen und kann so immer meinen Geschmack treffen, außerdem habe ich, wenn überhaupt nur sehr kurze Werbespots
- Weil ich mehrere Personen hier Folge und meistens zum Schlafen gehen höre ich mir verschiedenste Dinge an.
- Langeweile. Aus Informationsgründen zu Themen meines Studiums. Gute Videos von YouTubern -> Kanal regelmäßig verfolgen und Videos anschauen
- sehr unterhaltsam informativ und bin 60 wegen der alten Musikvideos aus den 70er Jahren
- Unterhaltung
- Zur Unterhaltung und Zeitvertreib
- Weil ich es lustig finde und meist mit Freunden darüber diskutieren kann, weil diese dieselben Videos schauen.
- Weil ich es interessant finde und ich mich gerne unterhalten lasse ^^
- Es ist eine gute Ablenkungsmöglichkeit vom Alltag
- Weil ich mich durch Youtube von meinem Alltag ablenken kann
- Unterhaltung
- Frei wählbarer Content passend dazu, worauf man gerade Lust hat.
- Es ist einfach übers Handy zu erreichen. Zudem kann ich mir mein "Programm" selbst zusammenstellen. Einmal angefangen entdeckt man immer wieder Neues.
- Zur Unterhaltung/ Lernhilfe
- Lockerere und individuellere Alternative zum TV
- Weil es Spaß macht und man viel Information und Ablenkung genießen kann durch Personen, die einem oft einen Einblick in ein anderes Leben ermöglichen können, ohne dass man diese Person persönlich kennen muss
- Zeitvertreib, Informationen sammeln

- Für den Zeit vertreib, oder um mich über bestimmte Dinge zu informieren
- Aufgrund der Diversität der Inhalte. Gameplay bzw. Let's Plays gucke ich, um mehrere Eindrücke von den gezeigten Spielen zu erhalten. Lernvideos gucke ich, um Inhalte des Studiums nochmal erklärt zu bekommen oder um eine andere Sichten und Ideen kennen zu lernen bzw. nachzuvollziehen. Ein weiterer Vorteil von YouTube ist, dass die Inhalte jederzeit abrufbar und somit nicht zeitgebunden sind.
- Der Unterschied in der Laut Stärke zwischen Werbung und Film ist mir zu hoch. Das gleiche Problem ist auch bei YouTube und anderen Streamingdiensten. Der Hauptgrund ist aber ich den Mist im TV nicht ansehen. Ausnahme ORF.
- Weil ich gerne Menschen beim Zocken zu sehe oder mir gerne Witzige Videos ansehe.
- Um mich zu Bespaßen und so kann ich schauen wie die Spiele sind, die ich mir vielleicht auch holen möchte
- Langeweile und um mir Sachen beizubringen
- Zur Unterhaltung.
- um Unterhalten zu werden
- Ich schaue YouTube, da man interessante Sachen sehen kann und da es Spaß macht, wenn man anderen Leuten beim
- zocken/spielen zuguckt.
- Um die Zeit zu vertreiben und um mir etwas erklären zu lassen.
- Einfache Zugänglichkeit; Inhalte sind auf meine Bedürfnisse abgestimmt; Ich kann frei wählen was ich NICHT sehen möchte; Als Nutzer entstehen mir gefühlt keine Kosten; Themenbreite und Tiefe ist enorm; Die Inhalte werden (gefühl) ungefiltert präsentiert
- Ich mag die Vielfalt und die Möglichkeit, von Musikvideos über Livesets bei Festivals und Konzerten bis hin zu Let's Plays unterhalten zu werden.
- Du kannst dir je nach Belieben Inhalte anschauen, die dir gefallen. Außerdem bietet es mir Zuflucht unter dem alltäglichen Stress, den ich habe! Zudem hat YouTube so eine Riesen Flexibilität wie



nirgends anders und vor allem im Gegensatz zum Fernsehen! Hast du Probleme kannst du dir ein Tutorial anschauen; wenn es dir schlecht geht kannst du unterhaltsame Videos wie Let's Plays oder Comedy anschauen. Deshalb nutze ich so gerne YouTube! P.S. Feier deine Videos!

- Um meine Laune zu verbessern und die Leute, die ich mag zu unterstützen
- Weil ich das kommerzielle Fernsehprogramm nicht mehr gut finde
- Aus Interesse an der Arbeit die ihr an den Tag legt
- Interessante Videos, Zeitvertreib,
- Manchmal aus Langeweile oder wenn man etwas wissen will
- Da ich auf YouTube und anderen Streaming Plattformen, die Möglichkeit habe selbst zu entscheiden, welche Themen und welche Inhalte ich mit anschau.
- Zeitvertreib, Unterhaltung und zur Recherche.
- Sehr viele ansprechende Videos
- Zeitvertreib
- Unterhaltung
- Ich bin Taxifahrer und habe oft lange Standzeiten.
- Langeweile; Unterhaltung; Lehrinformativideos
- Weil ich so am einfachsten das Sehen kann was mich interessiert und bin dabei flexibel da ich je nach dem, wie ich Zeit habe kann ich es schauen und muss mir nichts umständlich aufnehmen etc.
- In erster Linie mir die Zeit zu vertreiben. Zweitens, welche Möglichkeiten es gibt in einem Spiel Weiter zu kommen mit evtl. Tuning Maßnahmen. (autospielen). Drittens Music zu hören.
- Weil ich die Vielfalt von anderen Gamer angucke und man manchmal sogar lachen kann.
- Abwechslung, Videos können pausiert und später weiter geguckt werden
- Ich kann es auf mich persönlich abstimmen; Man bestimmt, wann was läuft; Kostenlos; Es gibt nahezu alles; Keine bzw. wenig Werbung

- Primär für Wissensaufnahme, sekundär für leichte Unterhaltung.  
Seltener nur um mich zu belustigen.
- Wenn mir langweilig ist
- Unterhaltung, Information
- zur Unterhaltung, oder wenn ich selbst was am Arbeiten/ Spielen bin, als "Hintergrundgeräusch"
- Viel Informatives und vor allem zur Unterhaltung
- Ich feiere den Kontakt von den ganzen Youtubern
- Weil es eine gute Zeit vertreibt ist.
- Als Zeitvertreib
- Entspannung. Neugierde.
- Hauptsächlich des Zeitfaktors wegen, sprich ich bestimme, wann ich was schauen will.
- Ich schaue YouTube, da es mir hilft an stressigen Tagen etwas zu entspannen und es die Stimmung hebt. Zudem bleibt man mit YouTube immer mit der Welt verbunden und sieht, was gerade für aktuelle Themen präsent sind.
- Funktionierende Plattform mit guten Inhalten
- Es dient der Unterhaltung
- Große Auswahl und eigene Interessen immer abrufbar
- Es macht Spaß
- Abwechslung, Entspannung
- Um mich vor Z.B. kaufen von Computerspielen über sie zu informieren oder einfach z.B. bei Raii e-Sport anzuschauen
- Viel Content, einfache Bedienung und hat schon immer genau das was ich mir ansehen will.
- Weil es die Werbung auf YouTube nur 30 Sek. maximal geht und nicht 5 - 7 Min wie im Fernsehen. Außerdem gibt es einige Formate auf YouTube im Bereich Gaming, die im Fernsehen nicht ausgestrahlt werden.
- Es ist einfach gute Unterhaltung und ich nutze es auch oft, um zu gucken welche Spiele ich mir holen sollte
- Um nach der Arbeit runterzukommen und um mich zu belustigen

- Ehrlich gesagt kenne ich keine andere Plattform wie so eine Vielfalt bietet an Videos
- Weil man sich damit gut die Zeit zwischendurch vertreiben kann
- Weil es viel Unterhaltung bietet
- Weil es mir Spaß macht
- Um einfach runter zu kommen und mein Interessen in vielen Bereichen auszuüben
- Ich nutze YouTube als Hintergrundbeschallung
- Ist sehr entspannend
- Wegen der Unterhaltung
- Weil ich mir dort raussuchen kann was ich schaue.
- Langeweile; Geile Videos
- Es bietet einfach viel Abwechslung auf einer Plattform, und immer den Content, den ich gerade sehen möchte.
- Weils Spaß macht
- Weil man im Fernsehen nur noch Wiederholungen und Werbung sieht. Außer den Nachrichten kein TV. Bei YouTube bin ich sehr viel flexibler. Zum Filme schauen gibt es viele andere Möglichkeiten.
- Selbstbestimmtes schauen, auch wenn der Algorithmus es manchmal schwierig macht. Zudem sind derzeit alle Medien vorhanden und so ist von TV bis Alltagsvideos alla JP usw. direkt verfügbar.
- Um nach einem harten Tag einfach abschalten zu können.
- Viele sehr unterhaltende, informative und diverse Inhalte, weltweit verfügbar, on-Demand.
- Wegen der enorm großen Vielfalt an Inhalten, die unterhalten
- Man kann auswählen was man sehen will und das kostenlos.
- Große und breitgefächerte Auswahl an Videos. Zu (fast) allen Themen kann man sich informieren oder auch einfach gemütlich auf der Couch chillen und Let's Plays anschauen
- Weil man die Freiheit hat das zu schauen was man will. Egal wann und wo. Und nicht ewig Werbung schauen zu müssen ist auch sehr toll.
- Große Bandbreite

- Zur Unterhaltung und manchmal auch aus Langeweile.
- Gute Frage. Spontan würde ich sagen, schaue YouTube bzw. bestimmte Streamer an da ich mich mit ihnen identifizieren kann und dieselben Interessen habe. Irgendwie tatsächlich schwer zu beschreiben. Ich hoffe, dass konnte dir irgendwie etwas helfen. ^^
- Zur Unterhaltung und um informiert zu werden bzw. mir Informationen zu beschaffen.
- Gute Frage!
- Weil man Zugriff auf unendlichen Inhalt hat, der jederzeit und für jeden Geschmack vorhanden ist. Gilt auch für andere Plattformen, wie z.B. Twitch
- Information erhalten; Unterhaltung; Neues lernen; Zeitvertreib
- Gute Ablenkung zwischen durch und es gibt viele Videos zu bestimmten Themen, die man evtl. für die Berufsschule oder Ausbildung braucht
- Zum Zeitvertreib und zum Weiterbilden
- guter Zeitvertreib, viele spannende Videos, höre gerne jemandem zu und arbeite dazu noch
- Weil YouTube zur Unterhaltung dient und eine große Spalte an Videos zur Verfügung stellt.
- Aus Interesse an Spielen und auf der Suche nach Hilfe (Tutorials).
- Besser als TV. Mehr Auswahl und bessere Entscheidungen WAS ich gucken möchte.
- Weil es die bekannte Plattform ist, und man eig. alles findet, wenn man für bestimmte Themen ein Video sehen möchte.
- Es bietet mir bessere Unterhaltung als das TV-Programm. Ich kann selbst entscheiden was und wann ich mir anschauen möchte.
- Unterhaltung
- Aus Mangel an Alternativen mit gleichem oder größeren Umfang.
- Reiner Zeitvertreib
- Um mir Infos zu holen, was ein bestimmtes Spiel alles bietet und ob das was für mich ist. Idee zu sammeln in manchen Games oder

einfach zum Abschalten, da die Auswahl viel größer ist, als im TV und man nicht mehrere Plattformen benötigt, die man bezahlen muss.

- Unterhaltung und Fortbildung
- Meistens zur Unterhaltung
- Information, Unterhaltung
- Wegen der Unterhaltung
- Weil es die größte Plattform für Videos ist und sehr einfach ist
- Weil im T V nur Blödsinn läuft
- Es gibt ein breit-gefächertes Angebot an unterschiedlichsten Videos, gute Alternative zum TV
- Um zu lernen, mir evtl. noch einmal schulische Themen erklären zu lassen und natürlich zur Unterhaltung
- Weil ich mir meine Themen selbst aussuchen kann und die Inhalte kostenlos sind. Außerdem sind die Inhalte meist in lockerem Umgang mit dem Zuschauer dargestellt.
- Angebotsvielfalt, örtliche und zeitliche Flexibilität, Qualität der Angebote.
- Weil ich immer das finde was ich sehen möchte egal wann und zu welcher Zeit
- Weil ich mir ganz genau die Inhalte, die ich schauen möchte, aussuchen kann
- Weil es mich unterhält.
- Weil es in einem großen Spektrum an Informationen und Unterhaltung sehr viel bietet. Es ist unterhaltsam, interaktiv (mögliche Kommunikation zwischen Nutzern untereinander sowie Sender und Zuschauer) und hat immer etwas zu bieten.
- Meistens gut gemachte und gut bearbeitete Videos, auf anderen Plattformen, wie z.B. Instagram findet man so eine Qualität nur selten
- Zur Unterhaltung; Zum Lernen; Tutorials
- Vor allem auf dem Smartphone ist es einfach, nur für die sechs/sieben Minuten zwischendurch ein Video zu finden, es zur Not wieder zu unterbrechen und später weiter zu schauen. Außerdem gibt

es zu jedem Themengebiet, das mich interessiert, eine vielfältige Anzahl von qualitativ hochwertigem Content.

- Man kann sich jederzeit die Inhalte, die man gerade sehen möchte, aussuchen. Damit ist man unabhängig von den starren Sendeplänen der TV-Sender. Außerdem läuft im TV sehr viel Schrott. Hingegen auf YouTube gibt es inzwischen viele sehr gute, teils professionell produzierte Inhalte.
- Es bietet eine größere Vielfalt an Interessengebieten, die gezielt gesucht werden können. Wichtig ist trotzdem zu filtern, da auch viele Inhalte zur Verbreitung von Unwahrheiten genutzt werden. Zudem sind viele Videos in einem Zeitfenster von 10 -30 Minuten. Dadurch bleibt die Möglichkeit mal kurz etwas anzuschauen und sich dann wieder anderen Sachen widmen zu können!
- Immer auf Abruf, wenig Werbung, ich entscheide was ich schaue, und einfach zu konsumieren
- Sehr großes Angebot zu vielen (Nischen-) Themen, die sich im T V nicht lohnen wurden; zeitunabhängig; 'real-live' statt Script
- Es ist sehr Unterhaltsam und ich kann Kostenlos Cole Tutorials anschauen und so kriege ich neue Coole Ideen, das gute ist, das es Kostenlos ist.
- Unterhaltung
- Ich schaue mir die Videos an, für die Games, die ich spiele.
- Spaßiger Zeitvertreib
- Um Langeweile und Wartezeiten zu überbrücken
- Ursprünglich wegen der Tutorials, seit 2011 auch verstärkt wegen der Comedy in Sachen Gaming. Seitdem hat es für mich das Fernsehen als Unterhaltungsplattform vollständig abgelöst.
- Unterhaltung
- Weil das Fernsehprogramm vorn Arsch ist und ich gute Unterhaltung möchte.
- Damit ich Unterhalten werde
- Zeitlich flexibel, Inhalte in hoher Qualität vorhanden, Cops vs Racer ;)

- Weil man selbst entscheiden kann, wann man etwas sehen möchte und wann nicht
- Weil es zu Unterhaltung echt klasse ist. Viel Erfolg bei deiner Bachelor Arbeit
- Weil ich auf YouTube schnelle Lösungen für gewisse Probleme finde. Kleine hilfreiche Videos die leicht zu verstehen sind und mit denen man weiterkommt sind gerade nach einem langen Arbeitstag das richtige.
- Als Mittel zur Entspannung
- Gute Unterhaltung (Streams). Erlebnisse aus der Kindheit noch einmal betrachten/erleben
- Zur Unterhaltung
- Um einfach auf dem Laufenden zu bleiben und mit einem Smartphone kannst du im Bett liegen und deine Nachrichten zum Beispiel schauen
- Primär um zu sehen, was bei meinen Lieblingsspielen so los ist. Zum anderen ist der ein oder andere Kanal auf Grund der Personen interessant.
- Wegen den Content Creatoren.
- Auf dieser Plattform kann ich nahezu uneingeschränkt das gucken was ich möchte. Die Auswahl ist riesig und anstatt 30 - 50 T V Sender bei denen ich nur 5-10 schaue und diese 5-10 nicht immer qualitativen und meinem Geschmack entsprechenden Content liefern, nehme ich 30 Youtube-Kanäle auf denen ich per Klick entscheiden kann was ich gucken möchte
- Ich schaue YT zur Unterhaltung.
- Zum erhalten von Informationen
- Weil es toll zu sehen ist, was sich YouTube-Creator einfallen lassen, die Zuschauer zu unterhalten und wie viel Liebe hinter jedem Video steckt. #PixelHelden4 Life
- Um jederzeit das zu schauen, was ich möchte und ich dort das schauen kann, was ich am liebsten schaue und mich am besten unterhält.



- Zum Abschalten vom Arbeitstag
- Wegen der Vielfalt und weil ich mir die Inhalte immer anschauen kann, wenn ich möchte
- Zeitvertreibung
- Weils cool ist
- Unterhaltsamer als das TV-Programm
- Ich bin mit Youtube aufgewachsen und die Plattform liefert meine tägliche Unterhaltung. Oft lasse ich auch nur nebenbei ein Video laufen, um eine Beschallung zu haben.
- Zeitvertreib
- Entweder, weil mich die Spiele oder die Personen hinter den Videos gefallen, oder weil ich mal schnell irgendwas nachschauen will
- Einfach und kostenlos zugängliche Inhalte, die moderner, bzw. ansprechender sind als herkömmliche TV-Formate.
- Da es mir Spaß macht und ich einfacher bestimmten kann was ich sehen will
- Weils besser ist als fernsehen zu gucken
- Weil es eine tolle Möglichkeit ist sich mit seinen Content Creatoren sowie tollen Personen zu verbinden, sich von Ihnen unterhalten zu lassen. Ich genieße das, weil es tolle und korrekte Menschen nach meinem persönlichen Geschmack sind. So entscheide ich über meine Unterhaltung mit einem persönlichen, emotionalen und intimeren Kontakt, als ihn eine T V Show je bieten könnte.
- YouTube bietet mir alle möglichen Inhalte; Von Unterhaltung bis Bildung
- Zur Unterhaltung
- Es gibt zu allem Videos, immer aktuelle Themen und aushaltbare Menge an Werbung, die man sehen muss.
- Schneller Zugriff; Dank des Algorithmus werden mir Videos angezeigt, die mich interessieren.
- Bietet sich nun mal an, da die Plattform sehr groß ist und man alles dort sehen kann

- Ich informier mich ab und zu über YouTube und gucke Let's Plays an. Ich gucke mir eher selten Youtube Videos an
- Ich schaue YouTube, um den Channel der PixelHelden zu unterstützen ;)
- Das kommt ganz auf die Situation an. Zum Zeitvertreib aber auch einfach zur Erholung. Manchmal nutze ich Youtube aber auch um mich zu informieren oder eigene Lerninhalte zu festigen.
- In erster Linie als Alternative zum gängigen TV-Programm und während der Dialyse als Ablenkung
- Zeitvertreib + Wissenserweiterung
- Ich schaue Youtube, weil es heutzutage nicht mehr wirklich etwas informatives und Lustiges auf dem normalen Sat empfang gibt.
- Weil dort am meisten Auswahl vorhanden ist für die Formate, die mich interessieren
- Blogs oder Foren mit Text und Bildern, können halt nicht mit Videos für Schritt-für-Schritt Anleitungen mithalten. Hinzu kommt bei einigen Inhalten auch der Unterhaltungsfaktor.
- Unterhaltung
- Keine Werbung; Fast unendlich Content; Ist wie Google, zu jedem Problem ein Tutorial oder ähnliches. Für mich ist es das Facebook 2020
- Da immer wieder neue interessante Videos angezeigt werden
- Besser als Fernsehen; Weniger Werbeunterbrechungen; Ich kann schauen was ich will wann ich will
- Viele Interessante Sachen und gute Let's Player/Streamer
- Ich gucke gerne Dokus und Erklärvideos, weil ich den Stoff, den ich in der Schule nicht verstehe, besser verstehe und sonst halt, um unterhalten zu werden
- Zur Unterhaltung, als Ablenkung vom Alltag und um auf dem Laufenden zu bleiben
- Ich mag YouTube zu gucken, weil es dich aufmuntern kann. P.S. macht geile Videos
- Schlicht heraus aus langer weile oder Informationsdrang

- Vielfalt an kreativen Beiträgen. Informationen über neue Geräte und Technologien einholen.
- Auf Youtube gibt es inzwischen für so ziemlich jedes Interessengebiet eine Nische. War früher vielleicht Game One die einzige TV-Show mit Gaming Content über alle Genres, findet man heute auf YouTube endlosen Content nur zu seinem persönlichen Lieblingsspiel.
- Ich finde, dass Youtube ein wenig Abwechslung gegenüber anderen Aktivitäten bietet, da man einerseits Unterhalten wird und andererseits von den meisten Youtubern angesprochen wird.
- Guter Zeitvertreib
- Weil ich im Großen und Ganzen schauen kann was ich will und vor allem wann ich will. Ich bin an kein Programm gebunden. Und weil vieles was ich schaue einfach nicht im TV läuft. Aber ich schaue sowieso kein TV.
- Zur Unterhaltung
- Unterhaltung
- Zeitvertreib da im Fernsehen nur Schrott kommt
- Weil es ein netter Zeitvertreib ist und man auf neue Ideen kommt, welche man im echten Gaming-Leben umsetzen kann
- Dort kann ich entscheiden, was läuft. Es läuft somit das, was mich interessiert.
- Oft zum Zeitvertreib oder für Informationen.
- YouTube bietet das was ich gerne sehen möchte. Und das zu jeder Zeit. Das kann mir das Fernsehen nicht bieten.
- Weil ich mich für Gaming interessiere
- Langeweile
- Ist eine schöne Entspannung
- Zur Unterhaltung, generellem Zeitvertreib und manchmal nur damit im Hintergrund was läuft.
- funktioniert generell gut nebenbei/im Hintergrund. Es gibt den verschiedensten Content, für jede Stimmung ist was dabei. Viele Videos sind kurz für sozusagen einen Lacher zwischendurch. Es ist

die beste Plattform für Musikvideos. Und natürlich ist es sehr zugänglich, kostenlos und übersichtlich.

- Weil es die einzige Plattform ist die ich kenne
- Weil es dort weniger Werbung gibt und ich direkt das schauen kann was ich möchte. Aber auch einfach abends zum Einschlafen
- Interessante Videos und Unterhaltung. Klaut die Langeweile.
- Weil die Qualität im Gegensatz zum normalen TV viel höher sein kann und ich es gucken kann, wann ich will
- Als Zeitvertreib und Nutzung als Lernplattform
- Aus Langeweile
- Weil es interessant ist und auch sehr unterhaltsam ist.
- Es lenkt mich von anderen Dingen ab und macht Spaß.
- Weil YouTube für mich das neue Fernsehen ist.
- Neben dem Zocken lass ich gerne YouTube Videos laufen. Zum Entspannen (ASMR). Oder um mir Wiederholungen von Sachen die ich verpasst habe. Oder ich noch mal sehen möchte. Neue Lieder
- Zur Entspannung
- Um alte Serien/Folgen nochmal sehen zu können. Um Informationen über gewisse Spiele (Forza Horizon 4, Assetto Corsa etc.) zu bekommen
- Langeweile; Suche nach z. B. einem Lied; Memes :); Rennwiederholungen...
- Weil es sehr einfach zu nutzen ist, kein Geld kostet und sehr umfangreich ist, man findet auf jedem Themengebiet viel guten und unterhaltsamen Content
- Langeweile, runterkommen, Infos Interesse an gewissen Kanälen und deren Uploads
- Ich mag die Kreativität, die dort ausgelebt werden kann.
- Zeitvertreib
- Weil mein Leben sinnlos ist
- Ich bin mit der Plattform aufgewachsen, es gibt fast alles dort was ich sehen möchte und es gibt zwar Werbung, diese kommt mir aber längst nicht so penetrant vor wie z.B. Im Fernsehen.

- Ich finde die Videos von meinen abonnierten Kanälen interessant und verfolgen diese Personen gerne.
- Besser zuhören/schauen als aktiv sich etwas durchzulesen
- Besseres Programm als im TV.
- Leicht zugänglich und man findet so gut wie alles, was man sucht.
- Entspannen, Beseitigung von Langeweile
- Um mir die Zeit zu vertreiben
- Vielfalt
- schnell, informativ, Vergleichsmöglichkeiten
- Als Ablenkung
- Weil ich das Schauen kann was ich will und nicht wie beim Fernsehen immer zu einem bestimmten Zeitpunkt da sein muss. Ich würde sagen, weil es einfach flexibler ist.

#### 7. Warum schaust du kein YouTube?

Anzahl Teilnehmer: 3

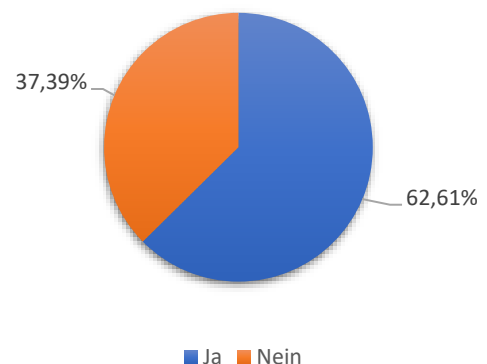
- Hintergrundbeschallung bei anderen Aktivitäten, wie z.B. Home-Office, Zocken
- Bin zu Alt und hab die Umfrage von meinem Enkel empfohlen bekommen
- Weil Baum

#### 8. Schaust du Fernsehen?

Anzahl Teilnehmer: 1.182

740 (62.6%): Ja

442 (37.4%): Nein



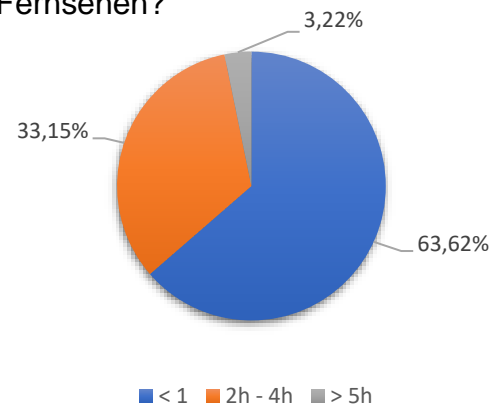
## 9. Wie viele Stunden pro Tag schaust du Fernsehen?

Anzahl Teilnehmer: 745

474 (63.6%): &lt; 1h

247 (33.2%): 2h - 4h

24 (3.2%): &gt; 5h

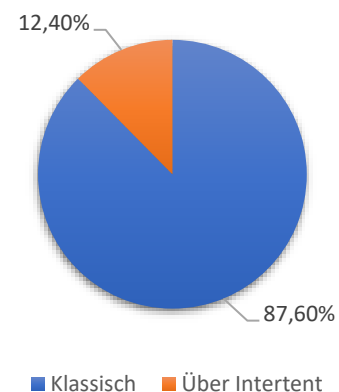


## 10. Wie konsumierst du Fernsehen?

Anzahl Teilnehmer: 742

650 (87.6%): Klassisch auf dem Fernsehgerät

92 (12.4%): Über das Internet

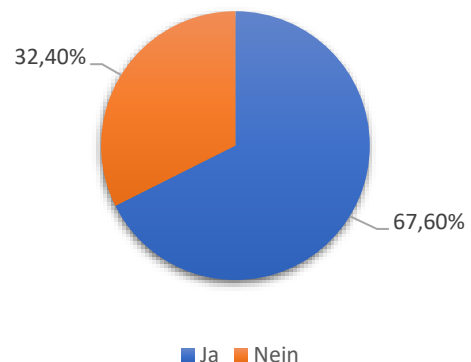


## 11. Hast du ein Abonnement bei einem Videostreamingdienst?

Anzahl Teilnehmer: 1.182

799 (67.6%): Ja

383 (32.4 %): Nein



## 12. Warum schaust du Fernsehen?

Anzahl Teilnehmer: 436

- Unterhaltung ohne aktive Beteiligung wie bei Videospielen
- Wenn dann schaue ich Serien/Filme oder Dokus bei Streaminganbietern da ich dort genau sehen kann was mich zum derzeitigen Zeitpunkt interessiert. Beim normalen T V Programm bin ich gezwungen zu sehen was um die jeweilige Sendezeit läuft, dies ist in den seltensten Fällen genau das was ich gerade sehen möchte.
- Um mich über Nachrichten zu informieren oder Serien zu schauen
- Hauptsächlich wegen Nachrichten, wie z. B. Tagesschau.

- Ganz vereinzelt, wenn ich sonst überhaupt keine andere Möglichkeit habe
- Zur Unterhaltung und Zeit mit der Familie zu verbringen.
- Wegen ein paar wenigen Sendungen
- Um meine Lieblingsserien zu sehen und teilweise auch nebenbei bei anderen Tätigkeiten (Hausaufgaben, Handyspiele)
- Spielfilme
- Weil ich abends unter der Woche nicht mehr ans Handy soll ; )
- Unterhaltend, informierend und eine gute Ablenkung
- Um meine Serien zu sehen
- um auf dem aktuellen Stand zu sein, was in der Welt passiert
- Für die 2h SmackDown! jeden Samstag; sonst eigentlich nicht.
- Da ich mich besser konzentrieren kann, wenn ich noch andere Geräusche um mich rumhabe
- Größe des Bildschirm als auch komfortabler bei der Sitzposition.
- gemütlich aufm Sofa, wenn ich Zeit habe zur Beschäftigung
- Weiß ich gar nicht einfach um Serien zu schauen auf Netflix und sonst einfach für Vergnügung
- Ich mache alles mit dem Smart TV nur kein TV im herkömmlichen Sinne schauen. Nur Nachrichten (taff)
- Zur Unterhaltung
- Fernsehen schaue ich nur Nachrichten und Autoren en.
- Wegen Nachrichten, Unterhaltung, Familienzeit, Ereignissen wie Sport und TV-Shows
- Wegen Quizsendungen oder Spielshows
- Weil mich was interessiert
- Nur wegen Nachrichten und Dokus
- Wegen dem Sport Programm was es gibt
- Unterhaltung; Informationen; Nebenbei berieseln lassen
- Es ist ein Zeitvertreib
- Nur mit meinen Eltern, um ein Familientag abzuschließen indem man was zusammen schaut
- zur Unterhaltung und aus Langeweile
- Nur so. Comedy, damit ich mich gut fühle usw.
- Um das neuste zu erfahren
- Hauptsächlich für DVD Abende
- Das gleiche wie bei YouTube



- Da dort ein Vorgegebenes Programm existiert und man sich nicht entscheiden muss was man schaut.
- Weil im TV teilweise die Sportarten gezeigt werden, die mich interessieren und es ein oder zwei TV-Shows ("Samstagabend-Shows") gibt, die ich gerne schaue.
- Schau ich nur wenn keine interessanten Streams kommen.
- Zur Unterhaltung und um informiert zu sein
- Weil es mich unterhält.
- Information
- Weil es auch manchmal verlockend ist sich berieseln zu lassen.
- Warum nicht?
- Weil meine Freundin gern TV guckt
- Sport
- Zum zeitverbringen mit meiner Familie.
- Weil es Spaß macht
- Macht Spaß
- Selten
- Weil es Spaß macht
- Meistens um Nachrichten zu schauen
- Nachricht, Spielfilme
- Zur Unterhaltung aber auch zum informieren
- Wenn es nichts Neues auf YT gibt oder ein guter Tatort kommt :)
- Weil langweilig
- Hat man viele Programme und man kann auch Netflix gucken
- Langeweile
- Um mich zu informieren (Nachrichten)
- Weil es dort dank Pay-TV eine ganze Menge an interessanten Sendungen gibt.
- zur Entspannung
- Eigentlich schaue ich nicht viel fern; Weil nur misst läuft; Größtenteils gucke ich Netflix, Amazon Prime, YouTube, Disney
- Ich finde es wichtig jeden Tag die Nachrichten zu schauen.
- Unterhaltung und Information
- Liveprogramme, Sportübertragungen
- Hauptsächlich für Sportsendungen
- Ich schaue sehr wenig und wenn dann bestimmte Sendungen von früher die noch laufen oder wenn etwas wiederholt wird, dass ich früher gerne geschaut habe.

- Nebenbei bei meinen Eltern
- Für Nachrichten und Dokumentationen
- Langeweile und auch mal aus Interesse.
- Da manche Berichte oder Dokumentationen nicht auf YouTube zu finden sind oder gar existieren.
- Ich schaue Fernsehen, weil es bestimmte Serien auf YouTube, Netflix und Co. einfach nicht gibt
- Fußball und Serien.
- Meisten wegen Nachrichten und Serien
- Nachrichten
- Als Unterhaltungsmöglichkeit und zum Zeitvertreib. Man kann sich über das Fernsehen über Themenbereiche informieren, für die man sich interessiert. Außerdem schaue ich fast jeden Tag Nachrichten, da ich es wichtig finde, um das Geschehen in der Welt zu wissen.
- Hauptsächlich für einen Kanal und aus dem Grund das ich YT darüber schaue
- Aus Langeweile
- Um das Geschehen in der Welt zu erfahren, Wissenschaftliche Dokumentationen zu schauen und unterhalten zu werden.
- Meist nur aus Langeweile.
- Weil ich manche Sendungen interessant finde
- Zum Abschalten.
- Um außerhalb des Tellerrandes zu sehen was auf der Welt geschieht
- zum einschlafen
- Um abends runterzukommen.
- Um mit Freunden über die neuste Folge Feuer und Flamme zu sprechen.
- Zur Informationsgewinnung und Unterhaltung, nur wenn etwas Interessantes kommt. V.a. Nachrichten und Sportübertragungen, hin und wieder Shows und Comedy.
- Zur allgemeinen Unterhaltung (Filme/Serien) und Information (Nachrichten/Dokumentationen)
- Weil ich dort meine Serien und Sport gucke.
- Wegen der Serien, die es bei meinem Streaminganbieter nicht oder nicht kostenfrei gibt.
- Meistens zum Entspannen.
- Ich schaue Fernsehen, wenn mir langweilig ist und ich kein Interesse habe was Sinnvolles zu tun.

- Meist zur Beschallung im Hintergrund, aber auch zum Zeitvertreib, wenn nichts neues auf YouTube für mich Interessant/Verfügbar ist
- Dort laufen jeden Tag Nachrichten, die ich schaue oder Sendungen, die ich mag.
- Unterhaltung; Information; aktuelle News
- Nachrichten und läuft oft nebenbei bei Hausarbeit oder Kochen
- Weil ein Fernseher mit Sky-Anschluss im Haushalt vorhanden ist; Wenn ich fernsehe, dann größtenteils nur Pay-TV Inhalte
- Um mich schlau zu machen was grade in der Welt so abgeht
- Ich schaue mir gerne Dokus und Krimis an.
- Weil es dort interessante Sendung gibt, die zum täglichen Einschalten animieren
- Nachrichten und Sportübertragung
- Informationsgewinnung.
- aus Langeweile, Sportangebote (Motorsport Eishockey), manche Streaming Plattformen sind zu umständlich in der Bedienung
- Ich schaue nicht oft Fernsehen, wenn dann nur mal kurz und dass nur wegen Nachrichten. Generell bin ich bei YouTube besser aufgehoben.
- Interessante Fernsehsendungen
- Zur allgemeinen Berieselung und zwecks öffentlich rechtlicher Nachrichten
- Gucke mit meinen Eltern manchmal
- Nachrichten; Motorsport aller Arten (F1, DT M und so weiter); Verstehen Sie Spaß
- Pure Langeweile und es neue Folgen meiner Lieblingsserie gibt
- Zur Entspannung.
- Filme und Nachrichten günstig konsumieren
- 1. Übertragungen von Live-Sport (Bundesliga, NFL, Motorsport)  
2. Gelegentlich nach anstrengenden Tagen zum herunterkommen
- Zum Entspannen und um mich zu informieren.
- 1. Nebenbei, während ich irgendetwas am Smartphone Google  
2. Da es auch Spaß macht, einzelne Serien mit anderen Leuten zu schauen  
3. Man kann sich mit Anderen während dem Fernsehen austauschen und diskutieren
- Nachrichten, Sendungen, die es auf YouTube/Streamingdienst nicht gibt

- Ich mag Serien und um Serien zu schauen ist der Fernseher einfach am besten.
- Weil zu dem Zeitpunkt mein Internet nicht funktioniert
- Nachrichten, Krimis, Satire (heute-show, extra3, die Anstalt), Sport, selten auch Dokumentationen (haben bei uns nur öffentlich-rechtliche Sender, da Fernsehen über Antenne)
- Ich schau nur Nachrichten keine Serien oder sonstiges alle zwei Jahre mal EM und WM
- Um gewisse Shows zu gucken
- Ich schaue nur noch die Formel 1 und die Nachrichten im Öffentlichen Rundfunk da ich dort am besten Informiert werde.
- Alltag, Entspannung, Abschalten, Entertainment
- Während dem Essen hauptsächlich. Weil ein spannender Film im Programm kommt
- Hauptsächlich für Serien, die es nur dort gibt
- Zeitvertreib, wenn YT kein Content gönnt
- Für Sportveranstaltungen, Nachrichten und TV-Shows
- Weil ich gerade nicht zocke und oder die Serie mag
- Weil mein Lieblingsanime da läuft
- Weil
- Um Nachrichten oder Serien zu gucken
- Manchmal interessante Dokus
- Eigentlich gibt es für mich fast keinen Grund T V zu schauen, außer Nachrichten und ab und an einen Spielfilm, was aber selten vorkommt, da die Qualität der Fernsehinhalte in den letzten 10 Jahre drastisch abgenommen hat.
- nebenbei mit den Eltern
- Ich schaue lediglich Nachrichten (und das auch nicht regelmäßig (ca. 2x die Woche) auf dem Fernseher und lasse diesen dann lediglich an, wenn ein interessanter Film kommt. Bin aber meistens währenddessen noch am Handy.
- Weil es mir Spaß macht
- Wegen den Filmen und Serien
- Hauptsächlich für Motorsport und Fußball
- Um abzuschalten und mich in den Nachrichten über die neuesten Geschehnisse zu informieren...
- Zum Entspannen und für Informationen, wie z.B. Tagesschau

- Ich schaue auch Fernsehen, weil ich dort normale Filme, sowie Nachrichten schaue.
- Weil Filme spannend sind.
- Um zu entspannen und weil ich gute Filme und Serien mag.
- Aus Interesse an den Filmen die dort laufen
- Sonntagabends gehört der Tatort zum Ritual. Ansonsten nur Netflix aber relativ wenig.
- Läuft nebenbei
- Um Filme zu sehen, ohne sie direkt zu kaufen.
- Weil die Serien dort häufig gut produziert sind. Man hat häufig für längere Zeit Entertainment.
- Krimis oder Filme und Nachrichten
- Spaß
- Unterhaltung
- Fußball; Verschiedene Shows
- Zeitvertreiben
- Nur ab und an, wenn dann Sport
- Hauptsächlich wegen Nachrichten und wegen dem Wetter. Ab und zu laufen auch gute Filme sonst kucke ich kein Fernsehen
- Ich schaue hauptsächlich Streamingdienste wie Amazon Prime Video oder Netflix, weil ich da mein Programm selbst bestimmen kann. Das klassische Fernsehen in dem Sinne konsumiere ich gar nicht mehr.
- Nur wenn meine Eltern was schauen wollen und ich dabeisitze.
- Für Sportereignisse wie NFL, Basketball, Skispringen und Formel 1.
- Es gibt Serien, die es nur auf den Fernseher laufen und weil diese interessant sind.
- Weil ich manche Serien gern sehe, diese aber nicht über kleine Geräte und ggf. kostenpflichtige Streaming-Anbieter schauen möchte.
- Weil ich eine Box habe, wo ich verschiedene Sender schaue wo keine Werbung bringen
- Zeitvertreib
- Um journalistisch gut recherchierte Inhalte in Nachrichtensendungen (öffentlich-rechtlich) zu konsumieren und dadurch einen guten Blick auf die Gesamtlage zu erhalten, den es im Internet in der Form nicht gibt
- Viele Sachen, die es online nicht so schnell abrufbar gibt und die Möglichkeit, sich nicht auf etwas direkt zu fokussieren, dass man sich herausuchen muss sondern einfach mal auf gut Glück durchschalten und zu schauen was gerade mal gefällt.

- Nachrichten.
- Unterhaltung und Informationen (Nachrichten)
- Um Filme oder Sport zu schauen.
- Ich schaue nur die Formel1 im TV.
- Um z.B. über die Tagesthemen über das Weltgeschehen informiert zu bleiben
- Nebenbei als Zeitvertreib oder wegen Sport. Sonst quasi gar nicht
- Größtenteils wegen Sport Events und wenn ich manchmal nichts mehr zu tun habe.
- Ausschließlich wegen den Nachrichten. Vielleicht auch einmal Livesport wie Fußball oder Motorsport
- Nachrichten Dokumentationen zum neutralen Konsum
- Irgendwie aus Gewohnheit.
- Wegen Serien und Dokumentationen
- Hauptsächlich die Nachrichten, um informiert zu bleiben was passiert ist
- weil es Spaß macht.
- weil es manchmal auch gute Filme gibt
- Ich habe viele Filme nicht auf DVD.
- 1. Wegen bestimmten Serien und TV-Shows
- Schneller Zugang, großer Bildschirm, gemeinsamer Konsum
- Nachrichten, Filme abends, letztlich auch zur Unterhaltung und zur Information. Anders als bei YouTube guck ich Fernsehen meist nicht nebenbei, sondern gucke dann nur Fern.
- Weil ich es schön finde
- Ich schaue meist nur die Nachrichten, und von Zeit zu Zeit auch mal einen Film mit meinen Eltern.
- Serien und manchmal Sport
- Nachrichten
- Macht Spaß
- Um schöne alte Filme gucken zu können ohne Geld zu bezahlen
- Nachrichten, Sport, Information, Serien
- Unterhaltung
- Langeweile
- Zum Entspannen
- Eigentlich nur wenn das Internet nicht funktioniert oder das Handy leer ist
- Laufen gute Sendungen/Filme

- Entweder zur Unterhaltung oder für Nachrichten.
- Zeitvertreib
- Um einen Film oder eine Serie zu schauen bei einem entspannten Abend nach der Arbeit.
- Meist für Nachrichten oder TV-Shows wie Wer wird Millionär?
- Ich schaue hauptsächlich Sport im Fernsehen. Ich bin sehr sportinteressiert und schaue gerne Spiele von den verschiedensten Sportarten. Ansonsten Langeweile und dabei einfach auf der Couch liegen.
- Selten mal schaue ich Fernsehen, wenn eine Sendung läuft, die ich gerne sehe. z.B. habe ich gestern gehört, dass um 20:15 am Donnerstag Frauentausch Andreas läuft, also werde ich am Donnerstag Fernsehen gucken.
- Unterhaltung und Nachrichten
- Eigentlich nur bei Filmeabenden oder wenn meine Eltern Nachrichten schauen
- Nicht mehr aktiv aber dann halt Nachrichten
- Fernsehen gibt mir die Freiheit, nicht entscheiden zu müssen, welchen Film man schaut, man schaltet einfach an, ein gutes Beispiel ist hierbei der sonntagabendliche Tatort. Außerdem helfen die Nachrichten am Ende eines Tages die wichtigsten Neuigkeiten gefiltert und sortiert nach Relevanz zu erfahren und in den jeweiligen Kontext gesetzt zu bekommen. Generell bietet einem das Fernsehen der ÖR guten Qualitätsjournalismus und eine gesicherte Basis für die eigene dezidierte Meinungsbildung.
- Wegen den Eltern
- Eigentlich nur noch, um die aktuellen Nachrichten mitzubekommen
- Bildung und Entertainment
- Weil es die Formate nicht kostenfrei in der Mediathek gibt
- TV-Formate sind nicht unbegrenzt und in vollem Umfang im Internet abrufbar (Free-TV Premieren etc.). Differenzierte Meinung zu der Vielfalt im Netz. Keine vorgefertigten Algorithmen, einfach mal schauen, was läuft, oder was interessant sein könnte, ohne, dass es auf meinen vorherigen Präferenzen beruht.
- Unterhaltung; abschalten vom Alltag; teilweise zum Einschlafen
- Allgemeinwissen Information Nachrichten gelegentlich Reality-TV
- Weil es, je nach dem welcher Sender es ist, es Informativ ist.
- weil nichts Besseres läuft



- Er läuft zu 90 % im Hintergrund bei der täglichen Hausarbeit (andere verwenden das Radio)
- Filme
- Freundin
- Ich liebe Sport.
- Fußball, Filme, Serien
- eigentlich nur wenn etwas Besonderes kommt
- Manche Filme sind interessant zum Abschalten / Bierchen trinken
- Da es über den Fernseher angenehmer ist Sport oder Nachrichten zu gucken als auf dem Laptop oder Handy vor allem bei so Sachen wie Formel 1 oder Fußball.
- Zur Ablenkung, gegen Langeweile, für Nostalgie, um Serien zu gucken
- Information -> Nachrichten; Live-Sport kostenlos
- Wegen Langeweile
- Zeitvertreib
- Ich schaue es nur sehr selten und wenn dann nur Sendungen im Internet die mich interessieren.
- Serien, Krimis
- Ich schaue hauptsächlich die Nachrichten an oder mal eine Motorsport Art ansonsten bleibt die Kiste aus :)
- Um immer auf den neuesten Stand der Dinge zu sein, Zeitvertreib, neues Wissen aneignen (Quizshows), aber auch Lieblings-TV-Serien schauen.
- Größtenteils nur um die Nachrichten zu verfolgen
- Das was im Hintergrund läuft beim Switch Spielen. Um interessante Filme zu schauen
- Zur Unterhaltung und wegen den Nachrichten. Die Filme darf man auch nicht vergessen. Nochmals viele Grüße an die PixelHelden
- Nur noch sehr selten. Höchstens wenn mal Fußball kommt und da zumeist auch nur über Pay-TV sprich Sky. Ich bräuchte die normalen Sender der öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehanstalten gar nicht mehr.
- Sky-Abo, hauptsächlich Aufnahmen selten TV-Programm
- Bequem; Linearität (es gibt ein vorausgewähltes Programm); hohe Qualität des öffentlich-rechtlichen
- Aus Langeweile bei Gelegenheit bei meinem Freund. Einen eignen Fernsehgerät/Zugang habe ich nicht.
- Unterhaltung, Information einholen, Sportereignisse zu sehen

- Blockbuster und Fußball hin und wieder Serien
- Nachrichten aus aller Welt aber nicht jeden Tag. Sportereignisse wie Formel 1 oder Wintersport laufen nur im TV, ohne etwas bezahlen zu müssen.
- Sehr selten, wenn ich mir mal einen Film anschauen möchte
- Zur Informationsgewinnung und zum Zeitvertreib.
- Hat sich so über die Jahre verfestigt | aufgrund bestimmter Sendungen, die ich lieber über den Fernseher schauen will
- Für Fußball und wenn ich bei meiner Freundin bin.
- Um unterhalten zu werden
- Ich schau es nur sehr selten und das auch nur wenn z.B. Eine Serie/ Film kommt den es nicht auf Netflix etc. Gibt.
- Hauptsächlich für Sportsendungen
- Weil dort manche Sendungen laufen, die nicht auf YouTube zu sehen sind. Unterhaltung
- Nachrichten
- Eigentlich nur noch für die Tagesschau regelmäßig
- Nachrichten schauen, um möglichst immer auf dem neuesten Stand zu sein
- Um mich zu informieren
- Abends einen Krimi mit meinen Eltern, weil es spannend ist und ein bisschen Nervenkitzel immer gut tut ; )
- Familie
- Nur um Formel 1 kostenlos sehen zu können
- Netflix auf größeren Geräten anzusehen ist doch um einiges besser.
- Wenn ich Fernsehe, handelt es sich meist nur um z.B. einen Film, der gerade auf einem Sender lief und mich interessiert / ich erneut nach einer Zeit sehen will, ansonsten sehe ich eigentlich so gut wie nie fern, Streaming-Sender wie Netflix etc. habe ich deshalb nicht abonniert, da sich solche Sender häufiger mehr auf Serien konzentrieren, welche mich persönlich nicht wirklich interessieren und auch wenn es Filme auf diesen gibt, denke ich dann nicht, dass es sich dann nur für Filme lohnt ein, nur für diesen Zweck, teures Abonnement zu holen, wenn doch Filme auch hin und wieder im TV wiederholt werden
- BVB Spiele via Sky. Sonst nichts
- Entspannung am Abend
- Ich schaue gerne Filme an

- Ich schaue auf dem Fernseher hauptsächlich Serien, weil ich z.B. bei einem Abonnement keine Werbung, wie im Free-TV, habe.
- Ich schaue Fernsehen relativ selten, das ist dann aber nur weil ich keine Lust habe dann die Xbox oder den Laptop hoch zu fahren.
- Um Nachrichten zu sehen und einige wenige Serien zu sehen, welche über die Online Mediatheken der TV-Sender nicht verfügbar sind oder wie im Fall von RTL kostenpflichtig sind.
- Ab und zu laufen auch gute Filme, Serien im Fernsehen, die ich dann gerne im Fernsehen gucke.
- Dort laufen manche Serien die ich abends schaue, allerdings laufen diese nicht allzu lange und auch nicht jeden Tag.
- Zur Unterhaltung.
- Nachrichten oder zum Zeitvertreib
- Wenn meine Eltern etwas Gutes schauen, schaue ich mit.
- Nur Nachrichten
- sportschau, Fußball und Formel 1 gucken
- Zur Unterhaltung durch Serien und Filme aber auch zur Information über Nachrichten/Politik
- Um Sportevents wie die Formel 1 im Free-TV zu verfolgen
- Aktuelle Nachrichten und Sport. Eher selten auch mal einen Film.
- In Meinem Fall wegen Diversen Motorsport Events oder ab und zu eine Doku/Film etc.
- Größtenteils um Nachrichten mit zu verfolgen oder Sportevents zu gucken. Sehr selten wegen Spielfilmen oder Serien.
- Ich schaue Fernsehen, um meine Lieblings Serien zu schauen.
- Ich schaue Fernsehen, um die Nachrichten zu gucken
- Um Filme zu schauen meistens über Sky oder Netflix, um andere Sachen zu schauen z.B. 2015 die Comedy Sachen oder auch Blockbuster und falls Konsole zu Fernseher schauen gehört auch das
- Ich schaue nur ausgewählte Filme z. B. von Frank Elstner, weil mich das an frühere Zeiten erinnert an dem noch die ganze Familie Shows angeschaut hat
- Um Serien zu verfolgen und Nachrichten
- Weil einige Serien/Sendungen eine gute Unterhaltungsmöglichkeit bieten
- Nur Fußballspiele, die Live übertragen werden, oder andere Sportevents (Skispringen)
- Langeweile

- Als Informationsquelle, um mitreden zu können
- Um vom Alltag wegzukommen, um abzuschalten.
- Serien und Unterhaltungsshow sowie Dokus
- Hauptsächlich Nachrichten
- Zur Unterhaltung und für die Nachrichten
- Entspannung
- Information, Unterhaltung
- Weil es manchmal Unterhaltung bietet.
- Um noch zusätzlich eine andere Perspektive zu den im Internet gezeigten Nachrichten zu bekommen.
- Um wichtige Dinge aus der Politik und dem Leben zu erfahren
- Vertreiben der Langeweile
- Ich schaue Fernsehen allein schon wegen der Nachrichten. Um mich zu informieren. Bei den öffentlich rechtlichen Sendern schaue ich auch oft Beiträge oder Filme über die Mediathek.
- Klassisches Formate wie Tatort oder Sendung mit der Maus. Keine Lust für Sender vom Privatfernsehen noch extra Abonnements abzuschließen. Daher Zattoo in Verbindung mit Netflix und Amazon
- Weil ich abends gerne mit einem Vater Filme schaue
- seriöse Nachrichten zu bekommen; TV-Shows/Samstagabendshows
- Zum Zeitvertreib
- Es ist wie bei YouTube, guter Zeitvertreib und gut zum Entspannen.
- Nur so
- Weil es dort auch Filme oder TV-Shows gibt, die auf YouTube nicht hochgeladen sind und so kann ich sie mir dann anschauen.
- Zum Zeitvertreib
- Hauptsächlich wegen Comedy Central
- Weil vor allem die Nachrichten unabhängig sind und ich finde auch das die Reportagen im Fernsehen oft detaillierter und besser recherchiert sind als auf YouTube.
- Weil ich es mit meiner Familie gucke
- Zeitvertreib
- Um Nachrichten zu hören und sehen
- (Lokal-)Nachrichten
- Weil es auf Netflix tolle Serien gibt
- Fernsehen gucke ich manchmal abends mit der Familie oder mal Netflix. Trotzdem konsumiere ich eher Netflix über das Tablet.
- sehr selten Sportschau zum Beispiel und Dokus manchmal

- Zum Einschlafen noch eine Halbe stunde, aber nicht zu spät.
- Langeweile und weil ich dann besser einschlafen kann
- Weil ich gerne manche Filme und Serien schaue, die nur im Fernsehen ausgestrahlt werden
- Für die Gemeinsamkeit verankert aus der Kindheit. Man verbringt Zeit zusammen an einem bestimmten Ort. Festgelegt durch den Fernseher.
- Ablenkung, nach einem langen Tag mit Lernen
- Nachrichten
- Zum einen schaue ich Fernsehen, da es entweder interessante historische Filme gibt oder Filme, die zu Entspannung dienen. Außerdem schaue ich häufig Fernsehen zusammen mit meiner Familie.
- Eigentlich nicht mehr so oft, aber wenn Filme kommen, die es nicht im Internet gibt oder Serien.
- Livesport
- Hauptsächlich wegen Sport und Nachrichten
- Im Fernsehen kommen Serien, die ich gerne schaue und Sendungen, die mich interessieren.
- Um Filme zu schauen
- Serien, allerdings über Streaming; Sportübertragungen
- Ich schaue meistens Nachrichten oder Sport, wenn diese in den Öffentlich-Rechtlichen kostenfrei angeboten werden.
- Ab und zu schau ich mit meinen Brüdern Fernsehen! Aber nur da ich dort ohne Geld bezahlen zu müssen, meine Lieblingsserien anschauen kann, und nicht nur wenige/kurze Ausschnitte wie YouTube es mir bietet! Da ich gerade mal 14 bin gucke ich kleine Animationsserien, wie z.B. SpongeBob, oder TBBT! Aber wären meine jüngeren Brüder nicht würde ich Fernsehinhalte noch weniger konsumieren! Außerdem nutze ich den Streamingdienst Amazon Prime Video! Wäre der nicht würde ich noch weniger schauen, da ich dort etwas länger an der Serie The Big Bang Theory hänge!
- Um meine Serien auf 4K zu schauen und ich es schöner finde es „live“ zu sehen als auf YouTube
- Um abends mit der Familie zu entspannen.
- Um mich über das Weltgeschehen zu informieren (Nachrichten) und zur Weiterbildung (Dokumentationen) aber auch zum Zeitvertreib
- Wenn meine Familie schaut, schaue ich manchmal mit, bei interessanten Filmen

- Nachrichten
- Weil ab und zu mal was läuft was mich interessiert
- Um Nachrichten zu gucken.
- Großer Bildschirm
- Fußball, Motorsport, Comedy beim Essen
- Tagesaktuelle Nachrichten
- Unterhaltung
- um Sport mit meinen Großeltern zu schauen, zum Informieren
- Aus langerweile
- langeweile.
- Filme, die mich (spontan) interessieren
- Ich schaue eigentlich nur Wissenssendungen oder Kabarett/Comedy/Satiresendungen
- Ich schaue hauptsächlich Fernsehen, wenn gerade witzige Sendungen oder spannende Filme laufen, die man auf YouTube eben nicht schauen kann. Fernsehen bietet zudem auch Non-Stop-Unterhaltung und man kann auch mit Freunden und Familien gemeinsam schauen.
- Unterhaltung
- Um immer auf dem neuesten Stand der Dinge zu sein
- Beispielsweise Sport oder wenn ein spannender Film läuft.
- Es gibt dort andere Serien
- Abwechslung Entspannung
- Ich muss dazu sagen, wenn Streaming Dienste wie Netflix, Prime und Disney+ dazu zählen sind es mehr wie unter 1h da sind es dann mal bis zu 10 Stunden am Tag da die Angebot recht vielfältig sind und mir die Streamingdienste besser gefallen als YouTube. Normales Fernsehen ist nahezu gar nicht an, höchstens Big Bang Theory beim Essen nach der Arbeit.
- Aus Lust an der Freude Filme und Serien zu schauen
- Fußball
- manchmal wenn ich eine Serie kucken möchte
- Um auf dem aktuellen Stand in Sachen News zu bleiben und um besser in den Tag zu starten
- Nicht wirklich nur für Formel 1
- Haha keine Ahnung
- Zum Entspannen abends lasse ich gerne den Fernseher im Hintergrund laufen
- Wegen den Nachrichten

- Nur Nachrichten
- Ich habe ein Kind und so läuft KIKA oder Toggo. Alles andere schaue ich zu 90 % übers Internet.
- Um abends z.B. Blockbuster und Dokumentationen über verschiedene Sachen zu schauen.
- Ich muss dazu sagen schaue wirklich sehr wenig Fernsehen (teilweise nur 2 Stunden in der Woche). Aber meist, wenn mein Fernseher läuft hat es mit meinem Hobby dem Motorsport zu tun. Und oder zum Entspannen auf der Couch (leider fehlt dazu in der Regel die Zeit).
- Gute Frage, läuft im Hintergrund
- Zum Zeitvertreib, bei Sportereignissen und zur Information (Nachrichten)
- eher selten, falls etwas Gutes im Fernsehprogramm steht, um 1-2 Serien, die ich öfters schaue, zu sehen.
- Nachrichten, Filme, ...
- Weil es unterschiedliche Filme und Serien für meinen persönlichen Geschmack gibt.
- Aktuelle Nachrichten
- Das frag ich mich auch des Öfteren :-)
- Unterhaltung
- Ich schaue sehr unregelmäßig ein paar einzelne Shows/Events
- Für einen kurzen Nachrichtenüberblick und Dokus.
- Zum Abschalten, Nachrichten, um mich zu informieren und viel Sport (Fußball)
- Unterhaltung
- Unterhaltung und Informationsgewinnung bestimmter Themen die mich interessieren
- Information, Unterhaltung
- Größtenteils Nachrichten, hauptsächlich aber als Nebenbeschäftigung bei anderen Sachen
- Um durch Nachrichten up to date zu sein und manchmal einfach um ein Film, etc. zu schauen.
- Wegen der Nachrichten und weil es Format gibt die es online noch nicht gibt
- Damit es nicht so still in der Wohnung ist
- Ich schaue nur Nachrichten.



- Es bietet ab und zu gute Serien sowie unterhaltsame Informationssendungen auf dritten Programmen wie z. B. Arte oder 3sat.
- Mit der Familie zusammen auf der Couch sitzen, gemeinsam einen Film, eine Show oder ähnliches ansehen und miteinander lachen gab bisher schon viele schöne Erinnerungen.
- Gibt hin und wieder Sendungen die interessant sind.
- Mein Fernsehkonsum ist sehr gering und der Fernseher seit langer Zeit eher Deko im Wohnzimmer. Aber wenn ich fernsehe, dann entweder weil eine Sendung/ Film/ Doku kommt, die ich gezielt sehen möchte oder zur Seichten Unterhaltung, um vom Stress des Tages Abstand zu nehmen. Für mich auch perfekt, um völlig abzuschalten.
- Nur noch sehr selten, meist für Netflix, Sky oder Prime. Ansonsten mal die ein oder andere Doku. Film und Serien nur noch über Streaming
- Nachrichten, Dokumentationen --> Arte, 3sat etc.
- Weil man sich gut unterhalten kann
- Ich will wissen was in der Welt so passiert und immer halbwegs up to Date sein
- Für Nachrichten
- Weil ich unter anderem dadurch zu meinen 2 Lieblings Schauspielerinnen gekommen bin und ich mich von Nicky, Ricky, Dicky, Dawn und Spotlight unterhalten fühle
- Weil es hin und wieder mal eine interessante Sendung gibt
- Weil das klassische Fernsehen mMn immer noch besser ist als ein Streamingdienst. Bestes Beispiel hierfür sind Live-Sportübertragungen. Dadurch dass es hierbei nicht unüblich ist, dass es durch die Internetverbindung zu Verzögerungen kommt, wodurch man, z.B. im Fußball einige Tore bis zu 2-3 min später sieht, als wenn man es direkt im TV sieht.
- Nachrichten, Serien, Dokumentationen, Filme
- Eigentlich nur Passiv
- Um mit der Familie zusammen zu verbringen
- Um meine Lieblingsserien und viele Dokumentationen zu schauen.
- Um Klassiker unter den Filmen und Serien zu schauen sowie manchmal für Nachrichten.
- Zum Abschalten vom Arbeitstag
- Es ist die beste Informationsquelle

- Wegen der Abwechslung und weil es dort Filme, wo man sich kaufen müsste kostenlos anschauen kann ggf. wenn diese gerade laufen
- Spaß
- Einfach so
- Entspannung nach der Arbeit
- Hauptsächlich für Nachrichten und Fußball-Übertragungen
- Formel 1 und NFL. Mehr Gründe gibt es nicht
- Meine Geschwister schauen jeden Abend eine Daily- Soap, da hock ich mich manchmal einfach dazu.
- Zur Unterhaltung
- Läuft meistens im Hintergrund zu anderen Tätigkeiten
- Weniger fernsehen mehr Streamingdienste, da man dort Filme und Serien schauen kann, ohne an eine gewisse Zeit gebunden zu sein.
- Fernsehen schaue ich nur für einzelne ausgewählte Shows (Joko und Klaas, Wer wird Millionär, ...) und für Live-Veranstaltungen (F1)
- Zum Entspannen vom Alltag.
- Unterhaltung
- Grundsätzlich schaue ich Netflix und Filme. Zum runterkommen und Kopfabstellen
- gute Dokumentation Welt/N-TV
- Den Nachrichten
- Zum Abschalten nach der Arbeit.
- Ich bin damit aufgewachsen und es fällt mir leichter, bestimmte Sendungen zu festen Zeiten oder an festen Tagen zu schauen. Außerdem finde ich es durch ein festes Programm einfacher, aus der eigenen Filterblase "auszubrechen". Man setzt sich mit dem gesamten Programm auseinander und nicht mit einer vorgefilterten Auswahl.
- Vor allem wegen Informationen, die von den Nachrichtensendern übergebracht werden.
- Weil im Fernsehen die regionalnachrichten am Abend sind
- Unterhaltung, Information
- Zeitvertreib
- hauptsächlich um Sportsendungen zu schauen
- Damit ich das Wetter für die nächsten Tage erfahre
- Hauptsächlich gucke ich dort Nachrichten, um auf dem Laufenden zu bleiben.
- Meistens für aktuelle Nachrichten, um da aktuell zu sein. Aber auch als Zeitvertreib für zwischendurch.

- Langeweile
- Abends aus Langeweile
- Zur Unterhaltung
- Weil es Spaß macht
- Wegen den Krimis
- Eigentlich nur aus Langeweile
- Aus Langeweile
- Nachrichten.
- Zeitvertreib
- Um Dokumentationen zu gucken oder zum nebenbei laufen lassen
- Oft wegen der Gemeinschaft (schaue das immer mit meiner Familie), aber auch, weil manche Filme einfach sehr fesselnd und super unterhaltsam sind. PS: Tatsächlich schaue ich kein klassisches Fernsehen, sondern nutze auf unserem Fernseher eine Videostreaming-App
- Nachrichten oder als Ersatz zu YT bei Langeweile, im Winter für Wintersport
- Zeitvertreib
- Entspannung, Information (Nachrichten)
- Häufig nur wegen Nachrichten.

### 13. Warum schaust du kein Fernsehen?

Anzahl Teilnehmer: 341

- Feste Uhrzeiten sind schwer einzuhalten und meistens kommt nur Schrott.
- zu viel Werbung; keine zeitliche Flexibilität; Qualität der Inhalte bei vielen Fernsehsendern schlecht
- wegen der längeren Werbung und weil das Programm heutzutage einfach nur noch bescheuert ist.
- Beim Fernsehen kann ich mir nicht genau aussuchen was ich gucke also welcher Person ich gerne zuschaue oder welches Programm (zum Beispiel Film) ich schauen möchte
- Nicht mehr zeitgemäß, es laufen kaum Serien die mich interessieren und wenn es diese als VoD gibt kann ich sie auch ganz entspannt im Bett auf den Tablet schauen, als mich auf die Couch zu setzten und mich beim Fernsehen von einem Zeitplan anhängig machen sowie die ganze Werbung welche im TV läuft.

- Weil nur dasselbe kommt und man fast alle im Internet findet
- Ich kann alles über Streamingdienste zur einer beliebigen Zeit anschauen und das mehr auf meinen Alltag anpassen.
- Ist die letzten Jahre einfach immer das gleiche und keine Abwechslung mehr
- Zeitliche Vorgaben sowie kein interessantes Programm
- Man ist Zeitgebunden und kann nicht das schauen, was man will und vor allem wann man will
- Einerseits gibt es das meiste zum Nachholen auf YT. Andererseits habe ich keine Lust mehr auf TV-Sendungen. YT ist viel Flexibler, da man selbst wählt, was man schauen will.
- Weil ich es altmodisch finde und weil ich bei YouTube und etc. aussuchen kann was ich schauen will und wie lange.
- Uninteressantes Fernsehprogramm
- Weil mich die meisten Inhalte nicht ansprechen und die Inhalte, die es tun, meistens auch zeitlich flexibel auf YouTube abgerufen werden können. (z.B. Heute Show, Arte, ...)
- ewig lange, nervige Werbung; es läuft nicht immer das, was man will; selten haben Sender VOD, heißt du \*musst\* zu der Uhrzeit da sein, wenn du was schauen willst und da ist mir die Zeit mit Familie/Freunden wichtiger
- Zu viel Werbung; Zeitlich gebunden an Sendezeiten; Selbst die meisten Nachrichten sind nicht mehr objektiv
- Das Gerät habe ich aber nicht freigeschaltet. Es gibt ganz wenige Sendungen, die original fürs Fernsehen produziert werden, ich mir aber trotzdem VoD angucke. Fernsehen ist halt nicht so flexibel u. wenig Innovativ
- Man ist häufig an feste Sendezeiten gebunden
- Habe keinen Fernseher, mir reicht Netflix
- Uninteressante Themen und somit keine Lobby für mich.
- Da das deutsch Fernsehen alles andere als gut ist, und wenn man etwas sehen will extrem viel Geld bezahlen muss. Vor allem kann man nicht themenspezifische schauen z.B. Mathe Videos oder dergleichen.
- Ab und zu Nachrichten. Mehr nicht. Auf ein Niveau von RTL und vergleichbare Sender/Sendungen lasse ich mich noch nicht herab.
- Zu viel Werbung, nicht vorhandene Flexibilität, Nachrichten kann Ich auch später woanders sehen
- Werbung;

- Falsche Informationen; Zu viel Panik mache und den Leuten ständig Angst machen; Das TV-Programm spricht mich nicht an; Werbung nervt; Kein Zeit da ich meistens am Zocken bin ;)
- Die interessanten Sachen der öffentlich rechtlichen schaue ich in der Mediathek. Private Sender sind meist inhaltlich dämlich und die Filme und Serien kann ich auf Netflix etc. sehen. Zudem: klassisches fernsehen ist unflexibel
- Zu viel Werbung, Wiederholungen und allgemein schlechtes/a soziales Programm
- Es wird nix interessantes gezeigt. Viel zu viel Werbung. Die Filme sind zu sehr geschnitten. Wenn Filme laufen, dann da wo ich Arbeite oder schlafe.
- Langweilig
- Die Inhalte sprechen mich größtenteils nicht an. Ich möchte nicht an das feste Programm gebunden sein.
- Die Werbung nervt und außerdem man bei Streamingplattformen selbst entscheiden was man sieht
- Ich streame lieber Serien und Filme, im normalen Fernsehen kommt meist nichts (für mich) relevantes
- Ich läuft nur Mist im Fernsehen dazu kommt dauernd Werbung was ziemlich nervig ist. Netflix und Co. sind auch eher Langweilig da ich nicht der Serien und Film Mensch bin.
- Langweilig
- Weil Fernsehen nicht gut ist und dumm macht.
- Weil da nichts Gutes läuft und mich da nichts interessiert.
- Ich habe keinen Fernseher.
- Da ich auf YT, Netflix und Co. Entscheiden kann was ich sehen will.
- Schaue gerne was und wann ich will ohne nervige Werbung
- Weil nur Wiederholungen laufen.
- Zu wenige Interessante Inhalte bzw. unattraktives Angebot.
- Langweilig
- Weil ich dort nicht immer meinen Interessen nachgehen kann
- Ich habe keinen Anschluss und das Programm ist mir zu stumpf
- Es wirkt auf mich wie die gleiche Plörre, die sich immer wieder wiederholt
- Die meisten Sendungen sind uninteressant für mich. Außerdem kann ich am PC auch noch gut Dinge parallel zum YouTube schauen

machen. Wenn ich Fernsehen würde, dann würde ich es primär machen, YouTube läuft halt auch nebenbei.

- Da nichts Spannendes läuft
- Mir gefällt das aktuelle Fernsehprogramm nicht, bzw. Es entspricht nicht meinen Interessen.
- Zu viele Sendungen für die ich mich interessiere
- Gibt sowas wie Netflix YouTube und so
- Lange Werbung. Kein „On-Demand“. Wenig Inhalte die mich begeistern. Bei Streaming Diensten kann ich meine Lieblingsserie so lange schauen, wie ich es möchte.
- Ich genieße es, die freie Wahl zu haben was Ich schauen möchte (auf YouTube, Amazon Prime Video oder Netflix). Noch dazu hab ich das Gefühl, dass nicht mehr viel hochqualitativer und korrekt informierender Content im TV läuft.
- Ich finde die meisten Sendungen nicht so spannend. Wenn dann schaue ich Netflix oder Sendungen auf joyn.
- Man ist an Uhrzeiten und Programme gebunden. Und die Sendungen, Serien bzw. Filme interessieren mich nicht
- Mich spricht der Content von 40 + Leuten persönlich nicht an
- Zu viele und zu lange Werbepausen. Keine freie Auswahl über das Programm (das Ausgestrahlte wird von den Sendern vorgegeben)
- Ich hasse die Werbungen und auf Netflix z.B. gibt es genug Filme und Serien sodass das Fernsehen mehr oder weniger überflüssig geworden ist heutzutage.
- Es läuft nichts Gutes.
- Weil im deutschen Fernsehen, abgesehen von ein paar Angeboten des Ersten und des ZDFs, nur noch inhaltsloser, langweiliger Müll läuft
- RTL
- Zu viel Werbung, Unterhaltungsshow werden immer schlechter
- Es gibt nicht interessantes und schlechte Qualität des Bildes.
- Langweilig.
- Kann nicht schauen was ich will, kein Interesse am Programm. Wenn ich was sehen will gibt's das auch auf Netflix etc.
- Content spricht mich selten an
- Kein Interesse
- Zu viel Werbung. Zu unflexibel (Fester Sendeplan). Ich schaue 99% meiner Unterhaltungsmedien auf Englisch
- Weil YouTube besser ist

- Hartz-4-TV brauch ich nicht, schlechtes Angebot, nichts Aktuelles, nicht an meine Interessen angepasst, Werbung, keine englische Sprachausgabe und die Synchro ist eben einfach nicht zumutbar.
- Kommen nicht unbedingt die Sachen, die mich interessieren und ist für mich zu unflexibel
- Wegen der Werbung man kann nichts im Fernsehen schauen ohne Werbung und da sind Streamingplattformen wie Netflix oder Amazon Prime Video deutlich angenehmer.
- Weil dort sehr viel Wiederholung läuft, zudem ist die Werbung (auch bei kostenpflichtigen HD) fast so lang wie beispielsweise ein Film. Des Weiteren sind die meisten Shows auf bspw. RTL eher ein Armutszeugnis.
- Es interessiert mich nicht
- Weil es kaum noch, interessante Programme gibt, die es nicht auch auf anderen Plattformen gibt.
- Nur noch Müll
- Weil es langweilig ist
- Wegen der Werbung (nutze Adblocker auf dem PC und auf dem Smartphone sind die Werbungen nicht lang) Man muss sich an den Sendeplan anpassen. Die Sendung aufzunehmen und nachher ohne Werbung anzuschauen ist für mich zu aufwendig.
- Kommt nur quatsch
- Zu viel Werbung
- Ist mittlerweile echt langweilig geworden und wenn etwas Gutes im Fernseher gelaufen ist dann guck ich das einfach über die Videothek des Anbieter oder einfach über YouTube, weil viele Inhalte da auch hochgeladen werden
- Weil nichts Interessantes auf dem Fernsehen kommt. Da laufen nur Fake Dokus und Wiederholungen von HIMYM und
- TBBT. Nicht zu vergessen die tausenste Wiederholung der Simpsons.
- Weil man nicht seine eigenen Programme entscheiden kann
- Kommt nur Müll und viel zu viel Werbung. Einzig die Formel 1 verfolge ich im TV
- Kommt nur Müll
- fernsehen ist zu unflexibel. mit Streaming und YouTube, schaue ich was ich will und wann ich will.
- Zu viel Werbung und kein Interesse an dem Gezeigten
- Es läuft nix qualitativ hochwertiges, um es nett auszudrücken

- Filme und Serien sprechen mich oft nicht an, lange Werbepausen nerven
- Hab keinen Fernseher
- Weil da nichts läuft was von Interesse ist
- 1. Werbepausen 2. Nicht eine so große Auswahl was zu sehen ist 3. Ich finde YouTube besser, weil man genauer die Sachen sehen will, die man möchte
- Wegen den Gebühren die dafür sonst anfallen würden
- Weil ich das Programm nicht selbst bestimmen kann.
- Aufgrund der gezeigten Inhalte, Serien wie Mitten im Leben, Bauer sucht Frau usw. Was an Nachrichten läuft, ob man dem Glauben schenken kann oder nicht ist jedem selbst überlassen. Ich informiere mich anders über die Aktuelle Lage.
- YouTube & Streamingdienste ersetzen meinen Konsumverbrauch
- Zu teuer
- Jedes dieselben Sendungen und schlechte Qualität der Nachrichten.
- Viel zu viel Werbung und nur noch Assi-Sendungen sind im Fernsehen
- Zu viel Werbung, kommt nicht das was ich sehen will, keine Flexibilität
- Selten interessante Sendungen bzw. Zu unpassenden Zeiten
- Ich schau kaum Fernsehen. Nur wenn es etwas Interessantes zu sehen gibt.
- Der Inhalt sagt mir nicht mehr zu, es wiederholt sich alles zu oft und vor allem werden meine Interessen selten bis gar nicht mehr befriedigt.
- Weil ich YouTube schaue und keine Zeit für TV habe
- Die Werbung schien quantitativ über dem eigentlichen Film oder der Serie zu stehen. Die öffentlich rechtlichen lassen sich aber weiterhin auch ohne klassisches Fernsehen beziehen und werden genutzt
- Kein Bock mehr auf Propaganda.
- Weil mein Fernseher keinen Empfang hat.
- Ständige Wiederholungen nerven. TV Programm an sich sehr schlecht. Und dann ständig diese Werbeblocks, man, man, man...
- Unnötig, es gibt nichts Interessantes für Jugendliche im Fernsehen. Man merkt, dass das meiste nur "hingeschissen" ist und Kreativität ist im Fernsehen heutzutage nicht vorhanden. Schönen Tag noch und viel Erfolg :D
- Programm ist zu eingeschränkt
- - sich wiederholende Inhalte
- - zu viel Werbung



- zeitliche Bindung der Inhalte/Programm (ich arbeite Schichtdienst)
- wenig Unterhaltsame/inhaltlich gehobene Sendungen
- Unterwegs nur bedingt verfügbar; bei Streamingdiensten mehr Freiheiten/ keine Bindung an Sendezeiten. Fünf- bis zehnminütige Werbeunterbrechungen während Sendungen oder Filmen sind viel zu störend.
- Zu viel Werbung und es laufen keine Filme oder Serien die mich auf irgendeine Art und Weise interessieren
- Weil das Programm in keinsten Weise meinem Unterhaltungsbedürfnis zusagt. Weil das Gezeigte sich offenbar an Zielgruppen richtet, zu denen ich nicht gehöre. Weil ich sowohl im Privaten, im Öffentlich rechtlichen, vor allem aber in der Werbung Entwicklungen und Trends innerhalb der Gesellschaft ablesen kann, die ich persönlich nicht fragwürdig finde. Da der Konsum zur Freizeitgestaltung aber Spaß, Freude und Ablenkung vom Alltag bieten sollte, kann ich mit dem klassischen Fernsehen nichts mehr anfangen
- Zu viel Werbung, ständig Wiederholung, fester Programmplan der zu wenig zu meinen Zeiten passt.
- Kein Content der mich interessiert (mit sehr wenigen Ausnahmen. Diese werden von mir aber in der Regel in der Mediathek geschaut)
- Keinen da
- Mich stört die viele Werbung einfach, meistens läuft eh nix gutes xD und bei den Streaming Diensten kann ich aussuchen was ich sehen möchte das Angebot ist einfach riesig.
- Da man an den Verlauf des Programmes gebunden ist und sich nichts aussuchen kann, was man gerne schauen möchte
- Nur Müll und zu viel Werbung
- Weil ich die Formate dort nicht interessant finde und dies zu festen Zeiten kommt, die sich mir nicht anpassen
- Weil alle 5 Minuten 10 Minuten Werbung kommt
- Interessiert mich Großteils nicht, ich möchte selbst aussuchen können was ich schaue
- weil nichts Interessantes für mich dort zu sehen gibt
- - Zu viele Werbungen
  - TV-Programm nicht Uncut
  - ständig dasselbe
  - Nachrichten lese ich auf dem Handy, somit muss ich nicht einmal dafür bei RTL einschalten lol. Viel Erfolg dir noch.

- Muss man das noch Fragen? -> Fragwürdige Inhalte und fehlendes Niveau. Zu viel Werbung und Meinungs-Mache und aufbauschen von Skandalen und Sensationen. (Wobei da das Internet auch ganz vorn mit dabei ist)
- Läuft meistens nicht das, was ich jetzt gerne gucken würde.
- Es läuft meistens nichts Gescheites. Und ich kann das Programm nicht bestimmen und eine Pause machen.
- Werbung, keine freie Auswahl
- Kein Video on Demand, zu viel Werbung zwischen Filmen und Serien
- Weil mich die Sendungen, die dort laufen nicht interessieren.
- Kein Bock auf ständige minutenlange Werbung, keine Ausdauer für lange Filme, schlechte und (für mich) uninteressante Serien, usw.
- Kaum Interessante Sendungen
- Langweilig, kein Interesse
- Fernseher hat gewisse fixe Zeiten, Im Internet hast du die Wahl was und egal um welche Zeit
- Weil mich die Programme immer mehr nerven. Sie zeigen so gut wie nur noch Casting- und Reality-Shows.
- Kein Fernseher und Streamingdienste sind komfortabler
- VoD-Anbieter sind angenehmer, da man selbst aussuchen kann, was man anschauen möchte
- Werbung nervt und raubt zu viel Zeit
- Es gibt kein Programm, was mich interessiert. Ausnahme sind Liveübertragungen von Rennen (F1, 24 h-Rennen, etc.). Im Fernsehen ist alles durchgeplant. Bei den meisten Sendungen sind die Themen so abstrakt, dass die niemals im echten Leben passieren könnten.
- Bis auf Nachrichten uninteressant, keine gezielte Auswahl, läuft nur Mist, heutiges Fernsehen ist gefühlt nicht mehr vergleichbar mit dem früheren.
- Auf YouTube kann ich mir aussuchen, was ich schauen möchte. Im Fernsehen ist dies nur begrenzt möglich.
- Bei YouTube kann ich mir genau, dass ansehen was ich sehen will und die Programme, die im Fernsehen laufen sind meiner Meinung nach meist sehr lächerlich und ungeeignete. Samstagabend kommen fast auf jeden Sender irgendwelche Show die gefüllt sind mit Unmengen an Werbung und Sonntagsnachmittag kommt die Wiederholung mit noch mehr Werbung.

- viel Werbung; die meisten Sendungen sind dumm; nimmt zu viel Zeit in Anspruch
- Kein Interesse an den Sendungen
- Weil ich nicht mehr das große Bedürfnis habe es zu schauen.
- Wir haben keine Satellitenschüssel
- Weil nichts, für mich, ansprechendes läuft
- Zu 90 % nur Müll und die Werbung nervt. Außerdem momentan keinen TV-Anschluss
- Ich schaue sehr selten (vielleicht so 1x Mal im Monat) Fernsehen, da eigentlich alles was dort läuft mich nicht interessiert.
- Schlechtes Programm
- Weil man sehr viele Werbeunterbrechungen hat und dadurch die Spannung bei Filme verloren geht des Weiteren sind die Sendungen zusehends uninteressanter als früher
- Weil ich alle Inhalte, die mich im Fernsehen interessieren würden, auch online sehen kann. Und weil ich mir dort nicht aussuchen kann wann ich was sehe.
- Es kommt nie etwas was ich interessant finde und auf YouTube kann ich selbst entscheiden was ich schauen will.
- Großteils uninteressantes Programm, bessere Alternativen
- Ich schauen kein TV, weil mir der Content nicht zu sagt und die Werbepausen zu massiv wurden. Zumindest 2014 als ich das TV-Kabel abgeschafft habe. Ich habe es bisher nicht vermisst. Entweder YouTube oder DVD/Blu-ray.
- Sehe es nicht ein für Werbung 5€ oder mehr zu bezahlen pro Monat.
- Warum sollte ich, ich kann sehr ähnliche Inhalte auch auf YT sehen
- Weil alles was mich interessiert auf YouTube ist
- Das was im TV läuft kann man sich nicht mehr anschauen
- Kein Interesse / Werbung
- Zu viel Werbung, ich kann nur das sehen was es gerade gibt
- Zu viel Werbung/ wenig guter Content
- Zu generisch; keine Auswahl; wenig, was mich interessiert
- Weil das Teil nur noch Dekoration ist im Wohnzimmer
- Durch Arbeit gehe ich meistens ins Bett, wenn "die Highlights" kommen und mir das Niveau der meisten Serien und Shows einfach zu niedrig ist. Besonders nachmittags. Die Dokus der öffentlichen rechtlichen kann ich mir auch im Nachhinein online anschauen.
- Nervige Werbung. Unpassende Ausstrahlungszeiten

- Die Programme senden nur noch Müll und alles was man dort schauen will gibt es entweder auf YouTube oder anderen Streamingplattformen nur ohne 30 min Werbung alle 10 min
- Werbung und mMn kommt nur Schwachsinn
- Die ausgestrahlten Fernsehsendungen entsprechen nicht mehr meinen Interessen.
- Läuft nix gutes
- Am Fernseher bin ich eingeschränkter; am Desktop PC kann man mehrere Quellen gleichzeitig konsumieren; außerdem ist die Auflösung an meinem Desktop PC besser
- Nicht interessant
- - WERBUNG!!! oft/ nervig/ oft/ zu lang/ viel zu oft xD (ja ich weiß das die (hauptsächlich privaten) Sender sich darüber finanzieren); oft nicht das was ich "jetzt" sehen möchte
- zu viel Werbung und wenig Auswahl
- Alle Fernseh-Angebote gibt es auch digital. Ich kann selber entscheiden, was ich wann schauen möchte.
- Ich schaue kein klassisches Fernsehen, weil mich die Werbung stört und ich an Sendezeiten gebunden wäre. Streamingdienstanbieter bieten mir die Unterhaltung, die ich möchte, wann ich es will.
- Weil ich es entspannend finde.
- Hab dafür ja YT und Bs. To
- Weil es dort absolut nichts gibt was mich interessiert. Und auf YouTube kann ich die Sachen gucken, die mir gefallen. Und zu der Zeit die ich möchte.
- Ich habe nur einen Monitor, auf dem ich Spiele über meine Spielekonsole spiele, aber ich habe keinen Bedarf an Fernsehkonsum
- Schlechte Sendungen; Falsche Informationen die durch Medien verbreitet werden
- Ich bin kein großer Freund von den ewigen Werbepausen hin und wieder schaue ich Filme an aber maximal 2-mal im Monat
- Weil ich kein Fernsehanschluss in meiner WG hab :D und weil viel zu viel Werbung und schlechtes Programm
- Zu diesem Thema wenig ich schaue Formula 1 rennen und Grip im Fernsehen, aber meist gibt es nichts was mich interessiert.
- Weil wenige Unterhaltsame Sachen kommen. Es gibt 2 Sendungen die ich ab und zu mal schaue aber das auch eher sehr selten.
- Weil da nur Werbung und Müll kommt

- Zu viele Werbungen und man ist gezwungen das vorgegebene Programm anzuschauen
- Zu viele verschiedene Serien hintereinander, noch mehr Werbung als YouTube und weil das Handy praktischer ist. (vorausgesetzt man hat wie ich einen relativ großen Bildschirm)
- 1. Zu viel Werbung, zu wenig Content (Auf die reine Serien/ Film Zeit gesehen)  
2. YouTube bietet eine Mediathek, wo ich mir selbständig Sachen aussuchen kann, im T V wird es mir größtenteils vorgegeben.
- Es ist nichts Interessantes zu sehen
- Zu viel Werbung
- Uninteressant für mich, zu viel Werbung.
- Werbung und manipulierte Medien seitens der Politik
- Meiner Meinung nach läuft im T V nur "Müll".
- Ich habe keinen TV-Anschluss
- Kein Anschluss
- Kein Fernseher und kein Anschluss dafür. Außerdem ist mir selbst zocken und mit Freunden im Discord abhängen wichtiger/lieber. Das einzig fernsehähnliche, das ich konsumiere, sind vereinzelt Sendungen in den Mediatheken, aber das kommt etwa 2 mal im Monat vor.
- Uninteressantes Programm, viel Werbung
- Werbung und keine eigene Auswahl
- Fernsehsendungen wurden über die Jahre immer schlechter. Viel irrelevantes, wie z.B. DSDS, Dschungelcamp, Topmodels. Ich möchte sehen was ich sehen will und nicht was ich sehen soll.
- Ich kann diesen Medien wenig abgewinnen. Ich bin der Meinung das YouTube sowie Twitch die Zukunft für Nachrichten sowie Unterhaltung sind. Das Fernsehen wird irgendwann durch unsere Generation dadurch abgelöst werden, da all die Programme im Netz abrufbar sind.
- Uninteressant ich nutze zur Informationsbeschaffung die Medien, wo ich nachlese (Nachrichten von der Welt) Sonst nutze ich Disney+ Netflix Amazon Prime YouTube Twitch usw.
- Zeitverschwendung. Ähnlich wie YouTube! Nur das ich nicht entscheiden kann was ich schaue und daraus folgt, dass ich was schaue für das ich mich nicht interessiere. Das passiert mir auch auf YouTube nur fällt es mir deutlich einfacher auszuschalten, wenn es mir nicht gefällt bzw. es meine Erwartungen nicht erfüllt.

- Kill your Television
- Da ich, das was ich im Fernseher schauen kann auch sehr gut im netzt nach und parallel dazu schauen kann. Denn YouTuberinnen/ YouTuber bieten ein breites Spektrum an Content im Bereich Streaming und im Form von Gameplays oder auch einfache Vlogs.
- Immer dasselbe im Free-TV; Ich besitze, Netflix, Disney +, YouTube
- Zu meinungsschwer, konzerngesteuert und stumpf. Und natürlich linear, somit zeitlich beschränkend
- ständige werbe Unterbrechungen, dass man das Gefühl hat mehr Werbung als das eigentliche Programm zu schauen. Es gibt kaum noch gute Filme und Serien. größtenteils nur noch Trash-TV (Berlin Tag und Nacht, etc.)
- Weil die Programmauswahl wie ich finde, ziemlich veraltet ist. Im Vergleich zu Livestreams kann der Zuschauer außerdem mit dem Streamer interagieren, man fühlt sich mehr "angesprochen".
- Es läuft nichts was mich interessiert
- Zu viel Werbung, keine interessanten Inhalte, fester Sendeplan im Vergleich zu Streamingdiensten
- Ich habe keinen Fernseher. Per Streaming sind die Angebote insbes. der öffentlich-rechtlichen für zugänglich und vor allem die qualitativ guten und interessanten Sendungen, wann ich Zeit habe. Serien und Spielfilme gibt es auch bequemer per VoD bei Amazon und/oder Netflix
- Volksverdummung und zu viel Werbung
- Weil ich YouTube hab da gibt's alles was auch im Fernsehen läuft.
- Kein Grund. Die Serien und Filme, die ich schauen will, kommen auf Netflix, Disney plus und Prime und die Highlights von Shows aus dem Fernsehen, die mich interessieren, kommen sowieso auf YouTube. Außerdem bin ich so frei von einem festen vorgegebenen T V Programm.
- Weil ich die Werbung, die jede 30 Minuten kommt, nicht mehr schön finde und auch keinen Drang dazu verspüre fernsehen zu gucken
- Weil nix interessantes läuft, durch YouTube und Co. Ist es möglich Sachen zu sehen die mich interessieren und die ich auswählen kann. Und beim Fernsehen wird dir vorgegeben was du anschauen sollst
- Das meiste gibt es auch bei YouTube, und dort ist es immer verfügbar, wenn ich es gerade sehen möchte.
- Weil mich die Werbepausen sehr nerven und ich mir durch Streaming die Filme, auf die ich Lust habe, sofort ansehen kann.

- Kein Interesse an den meisten Sendungen. Mich an Sendezeiten der „interessanten“ Sendungen zu halten ist zu zeitlich zu umständlich für mich.
- Ich schaue kein Fernsehen, weil die Serien (finde ich) einfach nur noch der reinste Quatsch ist. Manchmal gucke ich dennoch Filme, aber per Playstation.
- Da dort für mich keine interessanten Sachen laufen und wenn mal ein Film kommt der gut ist kommen gefühlt jede 5 Minuten eine halbe Stunde (auch gefühlte) Werbung und deswegen habe ich mich auf DVD und Blue Ray alle Filme geholt oder ich leihe mir welche aus
- Werbung, selten Interessante Inhalte, Zeitlich unflexibel
- Weil man immer zu einer bestimmten Zeit vor dem Fernseher sitzt muss um Tageschau oder so, zu schauen. Bei YouTube ist es jeder Zeit und von überall abrufbar.
- Zuviel Werbung
- Werbung; man ist abhängig davon was gerade läuft/kann nicht selbst entscheiden, wann und was man sehen will
- Das Programm ist mir einfach nicht gut genug, zu gestellt bzw. unauthentisch, zu lange Werbung und immer wieder dasselbe
- Läuft meistens nur Müll.
- Hab keinen. Kaum mehr gute Filme; hauptsächlich sinnvoll für Nachrichten und die bekomme ich auch online
- Abhängig von Sendezeiten, TV-Shows eher uninteressant
- Keine interessanten Sendungen
- Ich kann nicht selbst bestimmen was im Fernsehen gerade läuft
- Ich will nicht an einer bestimmten Zeit etwas schauen müssen
- Viel zu viele Wiederholungen, massenweise Trash-TV-Formate und eben nicht frei wählbarer Content
- Keine Lust
- Kein Free-TV. Da zu viel Werbung
- Immer das gleiche und viel Werbung
- Ich habe keinen Anschluss gebucht und sehe mittlerweile auch keinen Sinn mehr dahinter
- Werbung
- Ich finde die Werbungen nervig, Sendungen und Filme wiederholen sich zu oft, es kommt nichts was ich gerne schaue
- Eh schon beantwortet



- Weil ich muss mir das Assi-TV nicht reinziehen es wurde einfach nur schlecht es war früher Besser jetzt kannst du nichts mehr anschauen, ohne direkt einen halben Schlaganfall zu bekommen, weil es so schlecht ist
- Wegen der Werbung und uninteressanter Inhalte welche mich langweilen.
- Zu kommerziell und nicht mehr zeitgemäß
- Wir haben keinen Fernseher, da wir alles über Amazon Prime oder DVD schauen
- Wenig Zeit, wenn dann mal bisschen Netflix aber normal TV gar nicht mehr
- Viel Werbung und meist nicht der passende Film / die passende Serie.
- Denn es kommen keine guten Sachen mehr z.B. Filmreihen oder gute Serien da haben die Streamingdienste halt die Nase vorn
- Meistens gibt es gerade dann, wenn ich Zeit hätte, kein interessantes Programm.
- Unterhält mich nicht.
- Ehrlich gesagt. Man ist gebunden an die Abläufe der Fernsehsender. Wie ein Stundenplan in der Schule. Aber heutzutage habe Ich keine Lust auf etwas zu warten oder mir extra die Zeit dafür frei zu machen.
- Ich möchte einfach das gucken, worauf Lust habe. Egal wann und evtl. wo.
- Altes Modell welches unsere Zeit nicht versteht. Wieso sollte man sich vorschreiben lassen was man schauen soll? Ich suche mir selbst aus was ich schauen will. Außerdem ist Fernsehen viel Effekthascherei, Werbung und voller unauthentischer und uninteressanter Menschen.
- Sender sind langweilig
- Weil nichts mehr Interessantes läuft und man auf YouTube mehr entscheiden kann wie lange man eine Serie oder Filme anschauen will
- Zu viel, zu lange und zu oft Werbung. Man kann sich keine Filme oder Serien ohne Unterbrechung ansehen und das nervt gewaltig.
- Zu viel Werbung etc., oft Wiederholungen, unflexibel in den Zeiten
- - Werbung
- - Programmqualität
- - unflexible Sendezeiten
- Ich finde keine guten Serien mehr und es nervt, weil man dasselbe bei Streamingdiensten gucken kann. Nur halt ohne die Werbung



- Weil dann nur noch Hundehaufen kommt. Kann ich mir einfach nicht mal angucken was da für einen Schwachsinn im Fernsehen gezeigt wird nur mal so als Beispiel, wo die da nackt zu dritt auf einer Insel sind und so ein Quatsch
- Weil ich Serien auch in Internet finde
- Weil ich bei Streamingdiensten jederzeit selbst entscheiden kann, was ich schauen möchte
- Zuviel Trash-TV. Man ist zu sehr an die Sendezeiten gebunden.
- Fernsehprogramm ist zu uninteressant
- Kein Fernseher
- Es kommt einfach nichts Interessantes was ich nicht auch so über Internet Anbieter wie Prime oder ähnliches sehen kann
- Feste Sendezeiten sind hinderlich, und die Inhalte sind selten für mich ansprechend. Viele Fernsehinhalte (Filme, Serien und sogar Shows) sind mittlerweile außerdem auch auf Streaming-Plattformen verfügbar.
- Weil das Fernsehen im Vergleich zum Internet eindeutig den Kürzeren zieht
- Weil man dort immer Werbung hat. Und meistens nichts Sinnvolles kommt zum Gucken.
- Zeitlich abhängiges Programm. Die Programme, die im T V laufen, sind oft nicht authentisch und interessieren mich nicht so.
- Die TV-Shows sind langweilig und einfallslos. Dazu meistens auf einem absoluten katastrophalen Niveau. Bei einem 90 Minuten Film bekommt man gefühlt 45 Minuten Werbung dazu. Vorgeschriebene Zeiten für Serien sind der Horror. Nicht jeder hat immer, um dieselbe Zeit die Möglichkeit seine Serie zu schauen. Ich habe gerne persönlich zugeschnittene Nachrichten, keine allgemeinen bei denen die Hälfte mich nicht interessiert und die andere Hälfte komplette Angstmacherei ist. Fernsehen ist einfach kaputt.
- Brauch ich nicht, hab einen PC ;)
- Zu viel irrelevante Werbung und es läuft nichts interessantes mehr. Das meiste ist "Trash-TV" oder irgendwelche TV-Shows
- Viel Werbung, viel Wiederholung, ständig sinkendes Niveau
- Fernsehen ist in meinem Fall zu unflexibel. Als Arbeitnehmer mit verschiedenen Schichten kann man nicht jeden Termin wahrnehmen, um z.B. seine Serien kontinuierlich zu schauen (besitze kein Pay-TV) Für Filme und Serien nutze ich Streamingdienste, was aber leider auch

nicht die optimale Lösung ist. Da die Streamingdienste öfter ihre Inhalte tauschen und man Inhalte verpassen kann.

- Seit mein Röhrenfernseher nicht mehr wollte, habe ich mir keinen neuen Fernseher mehr gekauft und es auch nicht bereut. Ich verbringe meine Zeit lieber anders als vor dem Fernseher.
- Werbung. Inhalte qualitativ unzureichend
- Man kann nicht dann zurückspulen, wenn man Mal nicht ganz aufgepasst hat. Oder einfach deshalb, weil ich nicht das Programm habe, dass ich mir wünsche.
- zu viel Werbung und nur Blödsinn
- Mich nerven die viel zu krasse Werbung, die ständigen Wiederholungen und die Abhängigkeit von der Sendezeit.
- Lineares Fernsehen passt nicht in meinen Tagesablauf.
- Es wird wenig ausgestrahlt was mich interessiert.
- Zu viel uninteressante Inhalte. YouTube und Co. lassen mich das was und wann ich will konsumieren. Inhalte (Videos/Dokus/Sendungen) von klassischen Fernsehanstalten konsumiere ich aber dennoch über YouTube etc.
- Es gibt nichts interessantes ansprechendes für Jugendliche. Und es wird immer und immer wieder dasselbe gezeigt, keine Abwechslung. Außerdem gibt es viel zu lange Werbungen. (Riesen PixelHelden-Fan, hör damit bitte nicht auf, wenn du fertig mit Studium bist! Viel Glück für deine Bachelor)
- Weil ich mit YouTube und Netflix schon genug Zeit totkriege
- Uninteressant und die Werbung nervt
- Da ich selten Zeit habe, wenn irgendetwas spannendes im T V läuft, online Dienste sind in dieser Situation sinnvoller. Außerdem stört mich die Werbung!
- Früher gerne, heute gar nicht mehr - die meisten Programme finde ich schlicht nicht interessant. Und wenn welche interessant sind, habe ich deren Sendezeit sowieso schon verpasst. Außerdem empfange ich ohne Receiver in der neuen Wohnung sowieso nur noch Bibel-TV. Als Atheist.
- Langweilig, immer dasselbe.
- Da läuft nur Mist mit zu viel Werbung
- Mich interessiert eigentlich nichts und Anime schaue ich halt über Streamingdienste

- Weil ich selbst bestimmen möchte, was ich wann anschau. Ausnahme sind z.B. Liveübertragungen von Fußball-WM/EM
- - Lange Werbeblöcke
  - Das gebotene Fernsehprogramm ist mir bis auf einige Ausnahmen zuwider
  - Ich bin zeitlich begrenzt auf die Sendezeiten (18.30...20:15...22:15) und habe keine freie Einteilung, wann ich was sehen möchte
- Kommt nichts Gescheites. Man wird zu gebombt mit Werbung.
- Die Sendungen sagen mir nicht zu und Nachrichten kann ich auch online schauen. Außerdem besitzen wir keinen Fernseher mehr.
- Schlechtes Programm und zu viel Werbung
- Werbung langweilt mich und bei YouTube kann ich mir aussuchen was ich gucken möchte
- Nichts Interessantes an Programmen/TV-Shows
- Werbung, fehlende Auswahl, das heißt, man kann sich nicht aussuchen, wann man was guckt. Ich bin also nicht flexibel, dann weiche ich lieber auf die VOD-Angebote im Internet ab.
- Ist mir zu langweilig, auf YouTube, Twitch etc. kann man halt alles selbst auswählen und ist nicht an irgendein Programm gebunden
- Da wenig zu sehen ist worauf ich Lust habe anders als bei YouTube
- Weils Massenverblödung ist
- YouTube löst es in allen Punkten besser ab. Gerade in der Unterhaltung, aber auch bei Informationen. Die Tagesschau kann ich sofort bei YouTube angucken und Filme bei Streaming Diensten
- Das Fernsehprogramm ist einseitig und bedient nicht meine Interessen an Inhalten. Die einzige Ausnahme wäre die Formel 1, die ich im Fernsehen schaue, wobei ich dort auch überlege mir ein Streaming-Abonnement zu kaufen, weil die Aufarbeitung und vor allem die Werbepausen in RTL mir hart auf den Geist gehen
- Beim Fernsehen muss das schauen was gerade auf den Sendern läuft, was bei YouTube, etc. nicht der Fall ist, da man selbst entscheiden kann was für „Content“ man konsumieren möchte.
- Ich kann nur das ansehen, was gerade gesendet wird und habe viel zu viel Werbung.
- Programm ist der letzte Müll geworden, viel zu viel Werbung
- Ich finde Krimis und Filme im Fernsehen nicht so spannend, außerdem kommt immer wieder Werbung und Nachrichten, das ist sehr nervig. Wenn ich Fernsehen schaue, dann nur über Netflix

- Man kann sich nicht selbst aussuchen, was man wann gucken möchte.
- Da mir bei den deutschen Fernsehsendern die Gehirnzellen absterben und aufgrund der vielen Werbung!
- Sendungen die mich größtenteils nicht interessieren. Anschaffungskosten ohne mehr nutzen wie PC
- Weil baum
- Da läuft hauptsächlich uninteressantes Programm und die vier Sendungen, die ich gerne gucke, schaue ich in der Mediathek, um unabhängig von der Sendezeit zu sein
- YouTube und Netflix bieten ein breiteres Angebot an Filmen/Videos an, die ich jederzeit abrufen kann. Ohne an eine bestimmte Uhrzeit oder ein Programm gebunden zu sein. Man kann schauen was man will, wann immer man will. Herkömmliches Fernsehen ist dagegen sehr einseitig und auch repetitiv was die meisten Sender betrifft.
- Programm interessiert mich nicht und zu viel Werbung
- Weil nix ordentliches läuft und wegen zu viel Werbung
- Weil YouTube für mich mehr Informationen bietet
- YouTube und Netflix
- Es kommt meist nur "schrott", die Werbung, die alle 5 Minuten kommt, nervt einfach nur. Und ich möchte mich an kein vorgefertigtes Programm halten müssen.
- Keine interessanten Inhalte
- Keine eigene Auswahl am Programm bzw. Sehr wenig und sehr viel Werbung bei den privaten Sendern.
- Weil es langweilig ist und es auf dem Handy einfacher ist
- Zu viel Werbung und ich kann nicht schauen was ich will wann ich will.
- Ich besitze keinen Fernseher, aber eben der Grund dafür ist das schlechte Programm im TV. Es gibt nur ein sehr einseitiges Angebot mit immer mehr und immer längeren Werbepausen, auch nichts Innovatives oder "Modernes", was die jungen Leute ansprechen würde. Während es online ein viel größeres und vielfältigeres Angebot an allem gibt, man nicht an Sendezeiten gebunden ist, man pausieren und auf diversen Geräten schauen kann.
- Weil da in meinen Augen nur Mist läuft.
- Das Programm entspricht nicht meinen Wünschen und kann nicht unterwegs oder auf Reisen genutzt werden. Viele Sachen, die im Fernsehen laufen sind auch auf verschiedenen Streamingdiensten

verfügbar und können dort jederzeit abgerufen werden. Dadurch muss man seinen Zeitplan nicht auf das Fernsehprogramm abstimmen

- Weil nur Schrott läuft!
- Filme und Serien gucke ich bei anderen Anbietern. Somit hat Fernsehen nichts außer Werbung zu bieten.
- Weil ich gerne zocken und auch mal rausgehe, und ah ja, auch YouTube schaue ich.
- Schlechter Content. Bei z. B. YouTube kann man sich aussuchen was man anschaut, das Fernsehen kann diese Option nicht so ausführlich bieten. Es ist einfach langweilig und richtet sich an eine ältere Zielgruppe (Ich bin 18). Tatort etc. haut mich jetzt nicht um. Das einzige was ich im Fernsehen anschauen sind F1 Rennen, und die gibt es ja wegen Corona gerade nicht.
- Es gibt kaum bis gar keine für mich interessanten Angebote im Free-TV. Das Programm spricht mich nicht an, die Werbungen nerven, man hat keine Möglichkeit zu Pausieren, etc. Außerdem hat man mehr das Gefühl der Einbeziehung des Content-User vom Content-Creator, beispielsweise wenn ein Creator auf die Kommentare seiner Abonnenten eingeht und sich dann auf Produktionsebene damit befasst und die Wünsche der "Community" ganz oder teilweise erfüllt.
- Ich finde die Sender uninteressant. Streamingdienste darf ich schlicht nicht haben, weil meine Eltern es nicht erlauben.
- Ich finde die Fernbedienung nicht mehr
- Werbung. Ich ertrage es einfach nicht. Wenn ich dann doch mal fernsehe was selten genug vorkommt, dann nur öffentlich-rechtliches.
- Ich finde meist kein Sender, der etwas Interessantes ausstrahlt und ich fühle mich so gebunden da man sich die Filme oder Sendungen nicht aussuchen kann.
- Schlechte Auswahl bzw. keine interessanten Sendungen außerdem meist zu unpassenden Zeiten
- kommt eh nix gutes
- Werbung, sinnfreie Sendungen
- schlechter Content
- Desinformation, Halbwahrheiten
- Kommt nichts mehr und Werbung nervt mich
- Weil nix interessantes läuft

## Eidesstattliche Versicherung

*„Hiermit erkläre ich, Arnold Möllmann, an Eides statt, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.“*

---

Ort, Datum,

Unterschrift